

## Analisis Margin Dan Saluran Pemasaran Ayam Broiler Di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli

Satria<sup>1\*</sup>, Serli<sup>1</sup>, Miranda<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Mujahidin Tolitoli

\*Corresponding author:  
[riabil07@gmail.com](mailto:riabil07@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jalur pemasaran ayam pedaging (Broiler) di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Toli-Toli. Waktu pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2023 sampai dengan Bulan Januari 2024. Penentuan objek dan lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (purposive), dalam hal ini dipilih Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli, dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Baru merupakan daerah yang memiliki populasi ayam pedaging (Broiler) terbesar dan produksi tertinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Jalur pemasaran 1 adalah produsen – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Sedangkan jalur pemasaran 2 adalah produsen – pedagang pengecer – konsumen dan jalur pemasaran 3 adalah produsen – konsumen. 2) Margin Pemasaran pada saluran pemasaran 1 sebesar Rp 35.000, saluran pemasaran 2 sebesar Rp 40.000 dan saluran pemasaran sebesar 3 Rp.0,00. 3) Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran 1 sebesar 30,07%, saluran pemasaran 2 sebesar 38,42% dan saluran 3 sebesar 3,03% dengan demikian lebih efisien jalur pemasaran 3.

**Kata kunci :** Analisis, Margin Pemasaran, Saluran Pemasaran, Ayam Pedaging

### Abstract

This study aims to determine the marketing channels for broiler chickens in Kelurahan Baru, Baolan District, Toli-Toli Regency. The research and data collection were conducted from December 2023 to January 2024. The research object and location were purposively selected, with Kelurahan Baru chosen because it is the area with the largest broiler chicken population and highest production in the region. The results of the study show that: 1) Marketing channel 1 is producer – collector trader – retailer – consumer. Marketing channel 2 is producer – retailer – consumer, and marketing channel 3 is producer – consumer. 2) The marketing margin for channel 1 is Rp 35,000, for channel 2 is Rp 40,000, and for channel 3 is Rp 0.00. 3) The marketing efficiency value for channel 1 is 30.07%, for channel 2 is 38.42%, and for channel 3 is 3.03%, thus making channel 3 the most efficient.

**Keywords:** Analysis, Marketing Margin, Marketing Channels, Broiler Chickens



This is an open access article  
under the CC BY license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Industri peternakan unggas di Indonesia semakin maju, menunjukkan keandalannya dengan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat, dan mendukung sektor industri (Musyafir, 2017). Pertumbuhan jumlah penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan pangan, termasuk protein hewani. Ayam pedaging merupakan salah satu sumber protein hewani yang berpotensi besar untuk dikembangkan. Menurut Rasyaf (2008), ayam pedaging mudah diterima karena rasanya, kecepatan produksinya, dan biayanya yang rendah. Ayam Broiler dikenal masyarakat karena berbagai kelebihannya, seperti umur panen 5-8 minggu, yang membuat pemeliharaannya singkat dan menguntungkan (Yulianti, 2018).

Kabupaten Tolitoli di Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah peternakan ayam pedaging. Jumlah ternak ayam pedaging per Kabupaten di Sulawesi Tengah dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Populasi ternak Ayam Pedaging, di Sulawesi Tengah Per Kabupaten/Kota Tahun 2022

No	Kabupaten/ Kota	Populasi Ayam Pedaging (Ekor)	Persentase (%)
1	Banggai Kepulauan	1.959	0.02
2	Banggai Kepulauan	1.956.662	20.95

3	Morowali	406.577	4.35
4	Poso	157.667	1.69
5	Donggala	404.340	4.33
<b>6</b>	<b>Tolitoli</b>	<b>280.412</b>	<b>3.00</b>
7	Buol	204.945	2.19
8	Parigi Mautong	906.846	9.71
9	Tojo Una-una	758.468	8.12
10	Sigi	141.999	1.52
11	Banggai Laut	0	0
12	Morowali Utara	2.719	0.03
13	Palu	4.116.683	44.08

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli, 2023

Perusahaan peternakan ayam pedaging yang ada di Kabupaten Tolitoli terdapat dilima Kecamatan yaitu : Kecamatan Baolan, Kecamatan Galang, Kecamatan Dampal Selatan, Kecamatan Dondo dan Kecamatan Tolitoli Utara.

Tabel 2. Populasi Ternak Ayam Pedaging Per Kecamatan Kabupaten Tolitoli Tahun 2022

No	Kecamatan	Populasi Ayam Pedaging (Ekor)	Persentase (%)
1	Dampal Selatan	20.000	7,13
2	Dampal Utara	0	0
3	Dondo	16.212	5,78
4	Ogodeide	0	0
5	Basidondo	0	0
<b>6</b>	<b>Baolan</b>	<b>210.000</b>	<b>74,89</b>
7	Lampasio	0	0
8	Galang	20.000	7,13
9	Dakopamean	0	0
10	Tolitoli Utara	14.200	5,06

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli, 2023

Berdasarkan Tabel 2 diatas, dapat dilihat populasi ayam pedaging terbesar berada di Kecamatan Baolan dengan jumlah populasi 210.000 ekor dengan persentase 74,89%. Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli merupakan salah satu areal sentral pengembangan agribisnis ayam pedaging dimana salah satunya adalah di Kelurahan Baru. Berikut ini data jumlah produksi ayam pedaging untuk Kecamatan Baolan.

Tabel 3. Produksi Ternak Ayam Pedaging (Broiler) Kecamatan Baolan Tahun 2022

No	Kelurahan/Desa	Populasi Ayam Pedaging (Ekor)	Persentase (%)
1	Dadakitan	0.00	0,00
2	Tuweley	7.450	3,55
3	Panasakan	0.00	0,00
4	Sidoarjo	0.00	0,00
<b>5</b>	<b>Baru</b>	<b>88.550</b>	<b>42,17</b>
6	Nalu	0.00	0,00
7	Tambun	64.500	30,71
8	Buntuna	49.500	23,57
9	Lelean nono	0.00	0,00
10	Pangi	0.00	0,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli, 2023

Berdasarkan data produksi ayam pedaging di Kecamatan Baolan Tahun 2022 diatas terlihat bahwa jumlah yang terbesar berada di kelurahan Baru dengan jumlah produksi ayam pedaging sebanyak 88.550 ekor atau 42,17%. Sebagian kecil penduduk Kecamatan Baolan khususnya di Kelurahan Baru bergerak dibidang usaha peternakan ayam pedaging.

Peningkatan produksi ayam broiler bersamaan dengan pertambahan jumlah penduduk menciptakan peluang usaha dalam pemasaran. Sistem distribusi ayam broiler melibatkan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer.

Pemasaran merupakan proses sosial yang melibatkan individu maupun kelompok, di mana mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain (Mandak, 2017).

Menurut Musyafir (2018), perusahaan besar dengan jangkauan pemasaran yang luas memerlukan kemitraan dalam operasinya. Kerjasama bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih ini harus saling menguntungkan, melibatkan pembinaan dan pengembangan. Setiap pihak memiliki kekuatan dan kelemahan, sehingga kerjasama memungkinkan mereka untuk saling melengkapi.

Biaya pemasaran mencakup semua pengeluaran lembaga pemasaran terkait fungsi pemasaran. Besar kecilnya biaya pemasaran tergantung pada kegiatan lembaga pemasaran dan fasilitas yang digunakan, serta panjangnya rantai pemasaran yang dilibatkan. Margin pemasaran dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara, harga yang dibayar konsumen akhir, dan harga yang diterima produsen (Musyafir, 2018).

Menurut penelitian Mandak et al. (2017), terdapat beberapa masalah yang sering muncul dalam pemasaran ayam pedaging. Para pedagang seringkali tidak mengetahui bentuk saluran pemasaran ayam broiler yang ada dan beranggapan bahwa semua lembaga pemasaran ayam broiler mendapatkan margin dan keuntungan besar. Namun, hal ini tergantung pada volume penjualan, harga jual, dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Oleh karena itu, kajian mengenai aspek pemasaran komoditas ayam broiler diperlukan. Berdasarkan hal ini, peneliti ingin menganalisis pola saluran, biaya, keuntungan, margin, dan efisiensi pemasaran ayam broiler di Kelurahan Baru, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2023 hingga Januari 2024. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive). Populasi penelitian terdiri dari produsen dan perusahaan pemasaran yang terlibat dalam transaksi penjualan ayam broiler di Kelurahan Baru, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli. Data diperoleh melalui proses penentuan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiono (2018), Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang cocok dengan karakteristik sampel yang akan diteliti. Kelurahan Baru dipilih karena memiliki populasi ayam broiler terbesar dan produksi tertinggi. Produksi ayam pedaging di Kelurahan Baru, khususnya di usaha Peternakan Reyhan, mencapai 1.817 ekor per tahun atau rata-rata 195 ekor per bulan.

Sampel untuk lembaga pedagang perantara diambil menggunakan metode Snowball Sampling. Menurut Sugiyono (2017), snowball sampling adalah teknik pengambilan data yang awalnya sedikit namun berkembang seiring proses pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi langsung transaksi yang dilakukan oleh agen pemasaran.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan matematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan secara kualitatif kondisi riil rantai pemasaran ayam broiler dan aktivitas pedagang dalam bentuk tabel dan persentase. Analisis matematis dilakukan untuk menghitung aspek-aspek tertentu yaitu :

Margin pemasaran akan dihitung dengan rumus :

$$Mp = Hk - Hp$$

Dimana, Mp = margin pemasaran (Rp), Hk = Harga jual ayam broiler (Rp), Hp = Harga beli ayam broiler (Rp)

Tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran digunakan rumus (Rosmawati, 2011), dan (Siti Hajar, 2016):

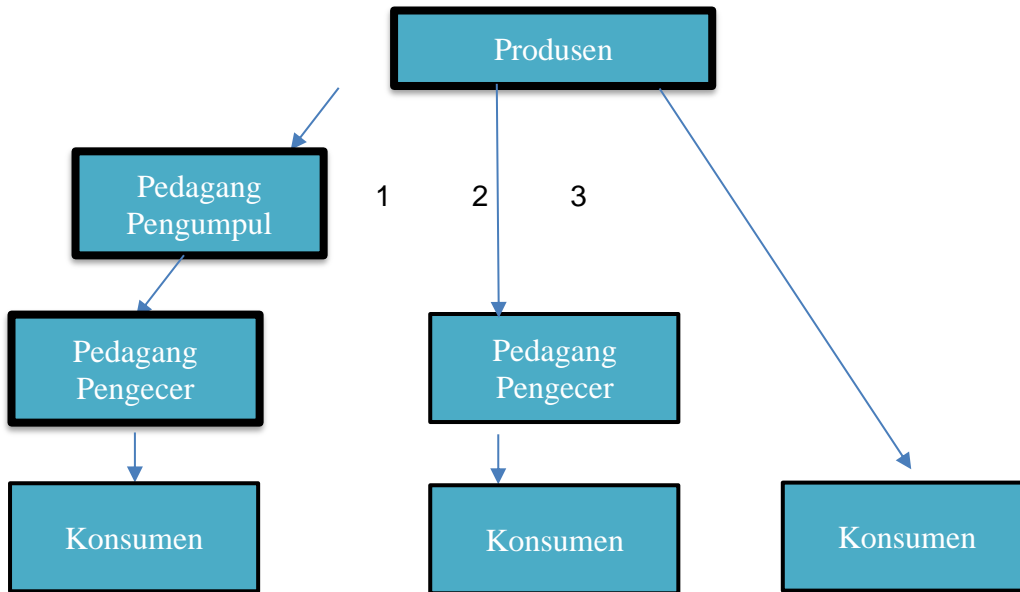
$$Eps = \frac{B}{HE} \times 100\%$$

Dimana, Eps = Efisiensi Pemasaran, Bp = Biaya Pemasaran, HE = Harga Eceran

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Saluran Pemasaran**

Dalam penelitian ini, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ayam broiler di Kelurahan Baru, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli mencakup produsen (peternak), pengumpul, pengecer, dan konsumen akhir. Saluran pemasaran di Kelurahan Baru, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli, dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Saluran Pemasaran Ayam Broiler di Kelurahan Baru

Ada tiga saluran pemasaran ayam broiler di Kelurahan Baru, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli, seperti yang terlihat pada Gambar 1. Saluran 1 melibatkan produsen (peternak), pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Pada saluran ini, peternak menjual ayam broiler kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke peternak. Transaksi dilakukan berdasarkan kesepakatan, dan ayam diantar oleh peternak ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul kemudian menjual ayam tersebut kepada pedagang pengecer, yang selanjutnya menjualnya kepada konsumen. Saluran ini biasanya melibatkan pedagang pengumpul dan peternak yang telah lama bertransaksi bersama. Pada Saluran 2, peternak langsung menjual ayam broiler kepada pedagang pengecer, tanpa melibatkan pedagang pengumpul. Pedagang pengecer kemudian menjual ayam tersebut kepada konsumen. Pada Saluran 3, peternak langsung menjual ayam broiler kepada konsumen tanpa perantara.

**Produsen**

Dalam suatu kegiatan produksi ada yang disebut produsen yaitu orang atau organisasi yang membuat produk atau meningkatkan kegunaan produk sebagai hasil dari kerjasama beberapa komponen produksi dalam suatu bisnis. Produksi usaha ayam pedaging di lokasi penelitian ini adalah ayam pedaging yang dijual dalam satuan ekor ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Besarnya jumlah produksi yang dihasilkan oleh Produsen ayam pedaging yaitu usaha Peternakan Reyhan selama satu tahun produksi adalah sebanyak 1.817 ekor ayam pedaging atau rata-rata 195 ekor perbulan.

Tabel 4. Rata-rata Volume Penjualan, Harga Penjualan dan Nilai Penjualan Ayam pedaging oleh Peternakan Reyhan di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

No	Lembaga Pemasaran	Volume Penjualan (ekor)	Harga Jual (Rp/ekor)	Nilai Penjualan (Rp)
1	Pedagang Pengumpul	851	40.000	34.040.000
2	Pedagang Pengecer	510	45.000	22.950.000
3	Konsumen	456	60.000	27.360.000
Jumlah		1.817		84.350.000

Produsen Peternakan Reyhan menjual 1.817 ayam pedaging setiap tahun, dengan total nilai penjualan 84.350.000, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4, yang terdiri atas 3 jalur pemasaran yang terkait yaitu pedagang pengumpul, pengecer dan langsung kepada konsumen. Pengeluaran untuk pemasaran ayam pedaging adalah biaya yang dikeluarkan untuk setiap jalur pemasaran, tergantung pada seberapa panjang jalur pemasaran, mulai dari produsen menjual produk hingga pelanggan menerimanya. Pakan, vaksin, tempat makan dan minuman, tenaga kerja, dan transportasi adalah semua biaya yang ditanggung oleh produsen untuk pemasaran. Jumlah biaya pemasaran Produsen Peternakan Reyhan di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli dimana total biaya pemasaran selama satu tahun adalah sebesar Rp. 43.825.550 atau rata-rata 24.120 per ekor. Selisih antara total biaya yang dikeluarkan, termasuk biaya pemasaran, dan nilai penjualan disebut pendapatan produsen. Tabel 5 memberikan gambaran lebih lanjut tentang pendapatan yang diperoleh Produsen Peternakan Reyhan di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli.

Tabel 5. Pendapatan Produsen Peternakan Reyhan di Kelurahan Baru Kabupaten Tolitoli Tahun 2023.

No	Uraian	Nilai Penjualan (Rp)
1	Penjualan	34.040.000
2	Biaya pemasaran	22.950.000
3	Pendapatan	27.360.000

### **Pedagang Pengumpul**

Pada penelitian ini tercatat ada 2 (dua) pedagang pengumpul yang aktif melakukan pembelian di lokasi penelitian. Pada Tabel 6 terlihat bahwa dua pedagang pengumpul membeli 851 ekor ayam pedaging dengan harga rata-rata 40.000 rupiah per ekor, sehingga total pembelian mencapai Rp34.040.000, atau rata-rata Rp17.020.000 per tahun. Sebelum ayam pedaging yang dibeli dari produsen dijual kepada pedagang pengecer atau konsumen, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya pemasaran untuk rata-rata 426 ekor ayam, sebesar Rp9.597.100 atau Rp22.555 per ekor.

Tabel 6. Volume, Harga Pembelian, Nilai Pembelian Ayam Broiler oleh Pedagang Pengumpul dari Produsen di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

Pedagang Pengumpul	Volume (Ekor)	Harga Pembelian (Rp/ekor)	Nilai Pembelian (Rp)
1	443	40.000	17.720.000
2	408	40.000	16.320.000
Jumlah	851	80.000	34.040.000
Rata-rata	426	40.000	17.020.000

Pada Tabel 7 terlihat bahwa pedagang pengumpul menjual ayam pedaging kepada pedagang pengecer dan konsumen. Volume ayam yang dijual kepada pedagang pengecer rata-rata 230 ekor dengan harga jual Rp50.000 per ekor. Sementara itu, volume yang dijual kepada konsumen rata-rata 196 ekor dengan harga jual Rp75.000 per ekor. Total nilai penjualan yang diterima pedagang pengumpul selama satu tahun produksi rata-rata mencapai Rp14.662.500.

Tabel 7. Total Nilai Penjualan Ayam pedaging oleh Pedagang Pengumpul di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023.

Resp	Pedagang Pengecer			Konsumen		
	Volume Penjualan (ekor)	Harga Penjualan (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)	Volume Penjualan (ekor)	Harga Penjualan (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	245	50.000	12.250.000	201	75.000	15.075.000
2	215	50.000	10.750.000	190	75.000	14.250.000
Jumlah	460	100.000	23.000.000	391	150.000	29.325.000
Rerata	230	50.000	11.500.000	196	75.000	14.662.500

Pendapatan yang diperoleh pedagang pengumpul di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli tertera pada Tabel 8, dimana pendapatan yang diterima pedagang pengumpul bervariasi tergantung jumlah pembelian, dimana untuk responden 1 sebesar Rp 17.109.400,-

responden 2 sebesar Rp. 16.021.400,-.

Tabel 8. Pendapatan Pedagang Pengumpul di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

No	Uraian	Responden 1 (Rp)	Responden 2 (Rp)
1	Penjualan	23.325.000	25.000.000
2	Biaya pemasaran	10.215.600	8.978.600
3	Pendapatan	17.109.400	16.021.400

### **Pedagang Pengecer**

Tercatat ada 3 (tiga) orang pedagang pengecer yang aktif melakukan pemasaran ayam pedaging di Kelurahan Baru. Pembelian ayam pedaging yang dilakukan oleh pedagang pengecer dari produsen dijual langsung kepada konsumen, untuk lebih jelasnya volume pembelian, harga pembelian dan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Volume, Harga Pembelian, Nilai Pembelian Ayam Broiler oleh Pedagang Pengecer dari Produsen di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

Pedagang Pengecer	Volume Pembelian (Ekor)	Harga Pembelian (Rp/ekor)	Nilai Pembelian (Rp)
1	198	45.000	8.910.000
2	162	45.000	7.290.000
3	150	45.000	6.750.000
Jumlah	510	135.000	22.950.000
Rata-rata	170	67.500	11.475.000

Tabel 9 menunjukkan bahwa total pembelian ayam pedaging oleh pedagang pengecer mencapai Rp22.950.000, atau rata-rata Rp11.475.000, dengan harga pembelian Rp45.000 per ekor. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh tiga pedagang pengecer rata-rata adalah Rp5.552.000, atau Rp32.659 per ekor. Sementara itu, Tabel 10 menunjukkan jumlah dan nilai penjualan ayam pedaging oleh pedagang pengecer. Harga jual rata-rata oleh pedagang pengecer adalah Rp85.000 per ekor, dengan nilai penjualan rata-rata sebesar Rp14.450.000.

Tabel 10. Volume Penjualan, Harga Penjualan dan Nilai Penjualan Pedagang Pengecer di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli, Tahun 2023

Pedagang Pengecer	Volume Penjualan (ekor)	Harga Penjualan (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	198	85.000	16.830.000
2	162	85.000	13.770.000
3	150	85.000	12.750.000
Jumlah	510	255.000	43.350.000
Rerata	170	85.000	14.450.000

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pendapatan yang diperoleh Pedagang Pengecer di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli dapat dilihat pada Tabel 11 dimana nilai pendapatan yang diterima pedagang pengecer selama satu tahun tergantung pada jumlah pembelian, dimana rata-rata sebesar Rp. 8.898.000,-.

Tabel 11. Pendapatan Pedagang Pengecer di Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

Pedagang Pengecer	Nilai Penjualan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	16.830.000	6.023.800	10.806.200
2	13.770.000	5.500.200	8.269.800
3	12.750.000	5.132.000	7.618.000

Jumlah	43.350.000	16.656.000	26.694.000
Rerata	14.450.000	5.552.000	8.898.000

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih nilai fisik suatu barang pada tingkat lembaga pemasaran yang berbeda (Musyafir, 2018). Margin pemasaran di setiap lembaga bervariasi karena dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan usahanya. Menurut Sudiyono (2001), margin pemasaran adalah biaya untuk jasa pemasaran yang dibutuhkan karena adanya permintaan dan penawaran. Semakin panjang rantai pemasaran, biasanya semakin besar margin pemasarannya. Nilai margin pemasaran ayam pedaging dari setiap jalur pemasaran di Kelurahan Baru disajikan dalam Tabel 12.

Tabel 12. Margin Pemasaran Ayam Pedaging di Kelurahan Baru Kabupaten Tolitoli Tahun 2023

Saluran Pemasaran	Harga Peternakan (Rp/ekor)	Harga Konsumen Akhir (Rp/ekor)	Margin (Rp)
Saluran 1	40.000	75.000	35.000
Saluran 2	45.000	85.000	40.000
Saluran 3	60.000	60.000	-

### Efisiensi Pemasaran

Perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dan nilai produk yang diperoleh dikenal sebagai efisiensi pemasaran. Dalam konteks ini, efisiensi pemasaran digunakan sebagai ukuran untuk mengevaluasi seberapa efektif setiap jalur pemasaran beroperasi. Suatu proses pemasaran dianggap efektif jika rantai distribusi tidak terlalu panjang dan tidak menghasilkan perbedaan harga atau margin pemasaran yang signifikan (Tabel 13).

Tabel 13. Efisiensi Pemasaran Ayam Pedaging di Kelurahan Baru

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/ekor)	Total Nilai Produksi (Rp)	Efisiensi (%)
Saluran 1	22.555	75.000	30,07
Saluran 2	32.659	85.000	38,42
Saluran 3	1.816	60.000	3,03

Pada Tabel 13 terlihat bahwa saluran pemasaran 1 dan 3 menunjukkan tingkat efisiensi yang baik, sementara saluran 2 menunjukkan tingkat efisiensi yang kurang optimal. Pandangan ini sejalan dengan teori Rosmawati (2011), di mana efisiensi pemasaran dikategorikan sebagai efisien jika nilai berada dalam rentang 0-33%, kurang efisien dalam rentang 34-67%, dan tidak efisien dalam rentang 68-100%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran 1 terdiri dari produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Saluran pemasaran 2 melibatkan produsen, pedagang pengecer, dan konsumen, sementara saluran pemasaran 3 langsung dari produsen ke konsumen.
2. Margin pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah Rp35.000, saluran pemasaran 2 adalah Rp40.000, dan saluran pemasaran 3 adalah Rp. 0,00.
3. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah 30,07%, saluran pemasaran 2 adalah 38,42%, dan saluran pemasaran 3 adalah 3,03%. Dengan demikian, saluran pemasaran 1 dan 3 telah beroperasi secara efisien, sementara saluran 2 menunjukkan tingkat efisiensi yang kurang optimal

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli. <https://sulteng.bps.go.id/>. Di akses 11 Maret 2023
- Mandak Yudianto, Rorimpandey, B., P. O. V. Waleleng, F. N. S. Oroh. 2017 Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado. Jurnal Zootek. Vol. 37 No. 1 : 70- 79
- Musyafir, 2018. Margin dan Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler Di Pt. Nusantara Inti Satwa Kabupaten Bima. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar
- Rais, F, 2013. Beef marketing efficiency in Gorontalo City. Jurnal KIM Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian, Vol. 1 (1) : 1-10

- Rasyaf 2008. Panduan Beternak Ayam Pedaging. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rosmawati, H. 2011. Analisis efisiensi pemasaran pisang produksi petani di kecamatan lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu . Jurnal Agronobis. Vol. 3 (5) : 1-9
- Siti H. D. 2016. The study of marketing channel and efficiency of sentul chicken (a case study of farmers group in barokah abadi farm Kabupaten Ciamis). Jurnal Universitas Padjajaran. Vol 5 (2) : 14-30
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Malang, UMM Press.
- Sugiyono.2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Yulianti Dewi, Uchyani R, Qonita A. 2018. Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging di Kabupaten Karanganyar. Jurnal AGRISTA : Vol. 6 No. 4 Desember 2018 : 11-19