

ABSTRAK

FITRIYANI THALIB “Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo” di Bawah Bimbingan Asda Rauf dan Amelia Murtisari.

Tujuan penelitian untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, keuntungan, tingkat efisiensi pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, dengan menggunakan data primer dan data sekunder sehingga data yang dikumpulkan benar-benar akurat. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo, selama 3 bulan dengan jumlah sampel sebanyak 15 orang yang terdiri dari 4 orang peternak dan 11 orang pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat tiga bentuk saluran pemasaran yaitu saluran I terdiri dari peternak→pedagang pemotong→pedagang kecil→konsumen, saluran II terdiri dari peternak→pedagang pemotong→konsumen, saluran III peternak→konsumen dan jumlah margin pada saluran I sebesar Rp. 8.101, saluran II sebesar Rp. 4.125 sedangkan keuntungan yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp. 7.807,7, saluran II sebesar Rp. 3.527,2 dan kedua saluran ini efisien. Hasil studi ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran berpengaruh pada jumlah margin, oleh karena itu disarankan bagi lembaga pemasaran dapat memperendah biaya pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran sehingga margin yang tercipta dapat ditekan.

Kata Kunci : saluran, margin, keuntungan, efisiensi pemasaran, ayam pedaging