

ABSTRACT

ANALYSIS OF AGRIBUSINESS SYSTEM IN LAYER CHICKEN (A Case Study at CV. XYZ, Natar District, South Lampung Regency)

By

Ni Nyoman Desmawati

This study aims to analyze the procurement of production inputs, evaluate financial feasibility and sensitivity, investigate marketing channels, and assess the role of supporting services in the layer chicken farming business at CV. XYZ, Natar District, South Lampung Regency. This research employed a case study method, with the location determined purposively. Respondents included the business owner, cage workers, egg warehouse staff, administrative staff, marketing agencies (selected via snowball sampling), end consumers, and relevant supporting service providers. Data collection was conducted from December 2025 to January 2026. The analytical methods used were descriptive qualitative with the "6 T" criteria, financial feasibility and sensitivity analysis, marketing channel analysis (including marketing margin, producer share, and price transmission elasticity), and descriptive qualitative analysis of the role of supporting services. The results indicated that the procurement of production inputs falls into the "Right" category, with an achievement interval of 61-80 percent (73,33 percent). Based on investment criteria, the NPV was recorded at IDR 161,048,458,012.74, the IRR was 57 percent, the Gross B/C ratio was 1.35, the Net B/C ratio was 4.34, and the Payback Period (PP) was 4 years and 9 months 25 days. CV. XYZ is financially feasible, with a business tolerance limit against a 161.89 percent increase in corn prices and a 27.26 percent decrease in egg prices. There are three existing marketing channels, with Channel I is the most efficient due to a higher producer share (96 percent) then channel II and III. The price transmission elasticity value obtained was 1.17, indicating that egg marketing activities are not yet fully efficient. Supporting institutions were categorized as "Influential" in the development of CV. XYZ, with a total score of 61,67 percent.

Keywords: agribusiness system, financial feasibility, layer eggs, marketing, sensitivity.

ABSTRAK

ANALISIS SISTEM AGRIBISNIS AYAM RAS PETELUR (Studi Kasus pada CV. XYZ Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)

Oleh

Ni Nyoman Desmawati

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengadaan sarana produksi, menganalisis kelayakan finansial, dan sensitivitas usaha, menganalisis saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran, serta peran jasa layanan penunjang pada usaha ternak ayam ras petelur di CV. XYZ Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja atau (*purposive*). Responden dalam penelitian ini meliputi, pemilik usaha, karyawan kandang, karyawan gudang telur, karyawan administrasi, lembaga pemasaran (dipilih dengan *snowball sampling*), konsumen akhir, dan jasa layanan penunjang yang berperan. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Desember 2025 sampai Januari 2026. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan kriteria 6 tepat, analisis kelayakan finansial dan sensitivitas, analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, *producer share*, dan elastisitas transmisi harga, serta analisis deskriptif kualitatif pada peran jasa layanan penunjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengadaan sarana produksi termasuk dalam kategori tepat karena berada dalam interval 61-80 persen (73,33 persen). Berdasarkan kriteria investasi nilai NPV Rp161.048.458.012,74, IRR sebesar 57 persen, Gross B/C sebesar 1,35, Net B/C sebesar 4,34, dan PP 4 tahun 9 bulan 25 hari. CV. XYZ layak secara finansial dengan batas toleransi usaha terhadap kenaikan harga jagung adalah 161,89 persen, dan penurunan harga telur ayam sebesar 27,26 persen. Terdapat tiga saluran pemasaran telur ayam yang ada, dengan saluran pemasaran I lebih efisien karena memiliki nilai *producer share* 96 persen, lebih besar dibandingkan saluran pemasaran II dan III. Nilai elastisitas transmisi harga yang diperoleh sebesar 1,17 persen yang berarti kegiatan pemasaran telur ayam belum sepenuhnya efisien. Lembaga penunjang masuk dalam kategori berperan terhadap pengembangan CV.XYZ dengan skor yang diperoleh 61,67 persen.

Kata Kunci : kelayakan finansial, pemasaran, sensitivitas, sistem agribisnis, telur ayam ras