Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis
P-ISSN: 2460-4321, E-ISSN: 2579-8340
Volume 11, Nomor 2, Juli 2025: 1739-1745

Integrasi Pasar dan Elastisitas Transmisi Harga Daging Ayam Ras (*Broiler*) di Pasar Tradisional Indonesia

Market Integration and Price Transmission Elasticity of Broiler Chicken Meat in Tradional Indonesian Market

Dita Pratiwi*, Tunjung Andarwangi, Shinta Tantriadisti, Maria Ulfah

Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung
*Email: ditapratiwi@polinela.ac.id
(Diterima 03-01-2025; Disetujui 25-06-2025)

ABSTRAK

Daging ayam broiler merupakan salah satu komoditas pangan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Namun, harga daging ayam broiler di tingkat konsumen cenderung berfluktuasi. Hal ini mengindikasikan adanya masalah dalam pola distribusi daging ayam broiler. Pola distribusi daging ayam broiler berkaitan erat dengan integrasi pasar. Oleh karena itu, dilakukan sebuah penelitian terkait integrasi pasar daging ayam broiler baik di tingkat peternak maupun pengecer. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data bulanan (time series) yang mencakup lima tahun dari Januari 2018 hingga Desember 2022. Studi tentang integrasi pasar daging ayam broiler ini menggunakan analisis Index Market Connection (IMC). Berdasarkan nilai IMC sebesar 0,4767 dan koefisien β2 sebesar 0,755, dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar daging ayam broiler di tingkat peternak dan pasar tradisional termasuk dalam kategori integrasi jangka panjang yang kuat. Elastisitas transmisi harga untuk daging ayam broiler dalam penelitian ini adalah 0,812, di mana ET < 1 menunjukkan bahwa laju perubahan harga daging ayam broiler di tingkat peternak lebih kecil atau lebih lambat dibandingkan laju perubahan harga daging ayam broiler di tingkat pengecer di pasar tradisional. Dengan kata lain, kenaikan harga sebesar 1% di tingkat pengecer hanya akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,81% di tingkat peternak. Ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran daging ayam broiler di pasar tradisional di Indonesia masih dianggap tidak efisien.

Kata Kunci: ayam, broiler, integrasi, pasar tradisional

ABSTRACT

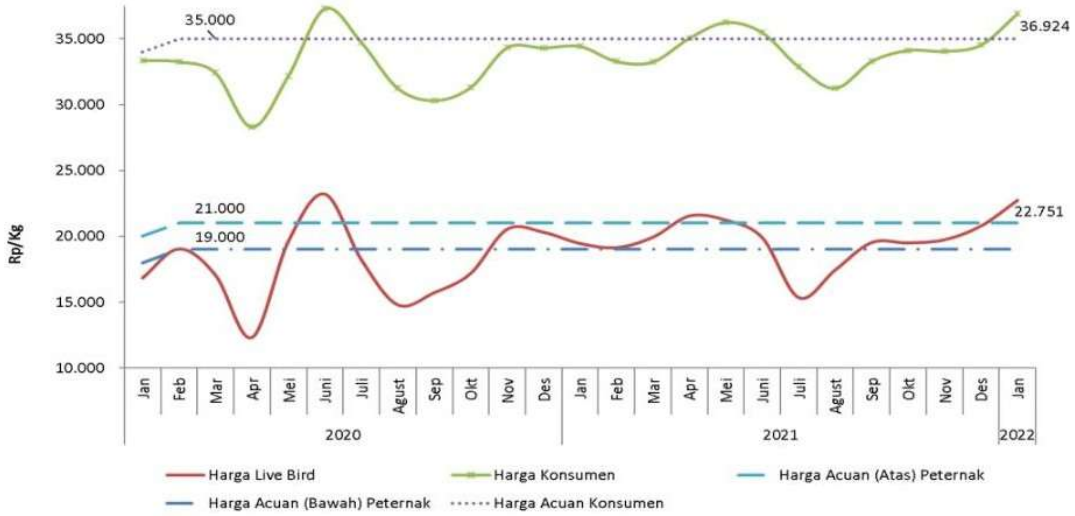
Broiler chicken meat is one of the highly sought-after food commodities in Indonesia. However, the price of broiler chicken meat at the consumer level tends to fluctuate. This indicates that issues within the distribution pattern of broiler chicken meat. The distribution pattern of broiler chicken meat is closely related to market integration. Therefore, a study is conducted to examine the market integration of broiler chicken meat at both the farmer and retailer levels. The data used in this study consists of monthly time series data spanning five years from January 2018 to December 2022. The study on the market integration of broiler chicken meat employs the analysis of the Index of Market Connection (IMC). Based on an IMC value of 0.4767 and β2 of 0.755, it can be concluded that the market integration of broiler chicken meat at the farmer and traditional market levels falls under strong long-term integration. The price transmission elasticity for broiler chicken meat in this study is 0.812, where ET < 1 indicates that the rate of change in the price of broiler chicken meat at the farmer level is smaller or slower than the rate of change in the price of broiler chicken meat at the retailer level in traditional markets. In other words, a 1% increase in price at the retailer level would only result in a 0.81% change in price at the farmer level. This suggests that the marketing system for broiler chicken meat in traditional markets in Indonesia is still considered inefficient.

Keyword: chicken, broiler, integration, traditional market

PENDAHULUAN

Daging ayam ras (broiler) merupakan salah satu komoditas pangan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena memiliki protein tinggi yang dibutuhkan oleh tubuh, mudah diolah dan harganya cukup terjangkau. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan produksi daging ayam ras (broiler) di Indonesia. Produksi daging ayam ras di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 3,43 juta ton atau meningkat sebesar 6,43 persen dari tahun sebelumnya (BPS, 2022). Apabila

ditinjau dari sisi permintaan dan penawaran daging ayam ras juga mengalami peningkatan yang ditinjau dari peningkatan konsumsi daging ayam ras di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), konsumsi daging ayam ras meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Tingkat konsumsi daging ayam ras perkapita di Indonesia pada tahun 2018 ialah sebesar 5,136 kg/kapita/tahun kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2021 menjadi 6,048 kg/kapita/tahun. Tercatat peningkatan konsumsi daging ayam ras rumah tangga meningkat sebesar 17,75 persen selama kurun waktu 4 tahun terakhir (BPS, 2022). Menurut (Rianzani, 2021) peningkatan permintaan ayam broiler dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah penduduk, tingkat pendapatan, preferensi konsumen yang mulai beralih dari daging merah (*red meat*) ke daging putih (*white meat*), dan tingkat pendidikan yang semakin baik sehingga kesadaran akan pentingnya asupan protein semakin tinggi. Di sisi penawaran, subsektor perunggasan menjadi penyokong terbesar dalam memenuhi permintaan daging nasional yang mencapai 70.14 persen sehingga komoditas ini menjadi penting untuk diperhatikan (Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian, 2022). Peningkatan produksi dan konsumsi daging ayam di Indonesia terus meningkat namun, perkembangan harga daging ayam ras di tingkat konsumen cenderung fluktuatif. Perkembangan harga daging ayam di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Harga Daging Ayam dan *Livebird* Beserta Harga Acuannya Januari 2020-Januari 2022
Sumber: BPS (2022)

Harga daging ayam yang fluktuatif, mengindikasikan ketidakpastian usaha ternak ayam broiler. Harga yang cenderung naik, tentunya akan merugikan konsumen. Menurut (Oroh & Pangemanan, 2023) selain fluktuasi harga resiko penyusutan berat badan ayam, kematian ayam, biaya transportasi serta jalur pemasaran dan pola distribusi ayam broiler tidak terorganisir dengan baik. Sebagian besar belum ada kerja sama yang jelas dan permanen antara produsen/peternak, pedagang pengepul, pemotong, pengecer dalam pemasaran ayam broiler serta pola distribusi jalur pemasaran yang panjang dan tidak terorganisir. Pola distribusi daging ayam broiler pada tahun 2021 terbentuk dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan lima pelaku usaha diantaranya pedagang besar atau pedagang perantara (pedagang grosir, agen, distributor dan subdistributor). Kemudian terdapat level eceran seperti pedagang pengecer baik di swalayan/supermarket (pasar modern) dan pasar tradisional. Perkembangan industri ayam broiler di Indonesia cenderung meningkat apabila ditinjau dari sisi produksi dan konsumsi perkapita. Kesadaran akan pentingnya asupan protein yang cukup membuat masyarakat Indonesia menggemari daging ayam broiler. Walaupun daging ayam broiler cukup digemari, namun industri ayam broiler dihadapkan pada beberapa permasalahan pemasaran. Perbaikan dalam bidang pemasaran bertujuan untuk memperbesar tingkat efisiensi pemasaran ayam broiler sangat di perlukan. salah satu ciri pasar yang efisien adalah terjadinya integrasi pasar antar lokasi pasar satu dengan lokasi pasar lainnya. Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa besar perubahan harga yang terjadi di pasar acuan akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya. Dua

P-ISSN: 2460-4321, E-ISSN: 2579-8340
Volume 11, Nomor 2, Juli 2025: 1739-1745

tingkatan pasar dikatakan terpadu atau terintegrasi jika perubahan harga pada salah satu tingkat pasar disalurkan atau ditransfer ke pasar lain. Integrasi pasar akan tercapai jika terdapat informasi pasar yang memadai dan disalurkan dengan cepat ke pasar lain sehingga partisipan yang terlibat di kedua tingkat pasar memiliki informasi yang sama (Ningsih & Prabowo, 2017).

Kenaikan harga ayam broiler yang fluktuatif dan cenderung naik akan merugikan konsumen. Seperti yang dijelaskan pada latar belakang, menurut (Jojo et al., 2021) fluktuasi ini disebabkan oleh proses produksi komoditas peternakan bersifat tidak pasti dan musiman. Komoditas ini juga mudah rusak dan *supply* nya tidak elastis. Sifat musiman berarti pada saat panen, *supply* melimpah, *demand* tetap maka harga cenderung turun. Sebaliknya pada saat paceklik *supply* menipis, dan *demand* tetap atau meningkat sehingga harga cenderung naik. Namun apabila terjadi kenaikan harga ayam ditingkat konsumen apakah kenaikan harga tersebut akan langsung tersampaikan informasinya kepada produsen atau peternak ayam broiler. Hal ini perlu dikaji lebih mendalam khususnya mengenai integrasi pasar daging ayam broiler.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis integrasi pasar dan transmisi harga daging ayam broiler di Indonesia, sehingga peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2014) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari data Harga Pangan Strategis Nasional Bank Indonesia 2023 untuk komoditas Daging Ayam Ras (Broiler). Data yang digunakan merupakan data *time series* bulanan selama 5 tahun yang dimulai dari bulan Januari 2018-Desember 2022. Digunakan juga beberapa literatur yang berasal dari buku, jurnal, beberapa situs resmi untuk dijadikan sebagai referensi pembanding. Studi tentang integrasi pasar daging ayam broiler ini menggunakan analisis Index Market Connection (IMC) dan elastistas transmisi harga .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daging ayam broiler tidak hanya dipasarkan dipasar modern, tapi juga banyak dipasarkan di pasar tradisional, sehingga perlu dilakukan analisis integrasi pasar antara pasar daging ayam ditingkat peternak dan pasar daging ayam ditingkat pengecer pada pasar tradisional. Pada pasar tradisional, barang tidak begitu disusun dengan rapi sebagaimana di pasar modern, cara memasarkan dan mempromosikannya juga berbeda. Barang-barang yang dijual di pasar modern telah tertata sangat rapi dan semua produk sudah disertai harga, ruangan nyaman dilengkapi dengan lampu yang terang dan pendingin ruangan. Kondisi tersebut bertolak belakang dengan pasar tradisional karena penataan barang yang masih berserakan, berdebu dan harga barang yang masih dapat ditawar dari pembeli, pelayananannya juga tidak seoptimal dan serapi pasar modern. Tingkat integrasi pasar dianalisis dengan beberapa cara yaitu dengan menggunakan analisis regresi berganda dan Koefisien Timmer's Index of Market Connection (IMC).

Integrasi atau keterpaduan pasar merupakan salah satu indikator dari efisiensi pemasaran, khususnya efisiensi harga. Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang modern) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (misalnya pasar di tingkat peternak (Luthfie et al., 2023). Adapun hasil integrasi pasar di tingkat peternak (Pf) dan pasar tradisional (pf) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Integrasi Pasar di Tingkat Peternak (Pf) dan Pasar Tradisional (Pf)

Variabel	Koefisien (β)
(Constant)	-4488.012
LPf	.297
LPr	.623
PrLPr	.755

Sumber: data diolah (2023)

Hasil olahan data koefisien regresi (β_1) untuk variabel lag harga pada pasar tingkat peternak sebesar 0.297, koefisien regresi (β_2) untuk selisih harga pasar tingkat peternak dengan lag harga pada pasar tingkat pasar modern sebesar 0.755, koefisien regresi (β_3) untuk variabel lag harga pada pasar tingkat pasar tradisional sebesar 0.623, sehingga diperoleh nilai IMC yaitu:

$$IMC = \frac{\beta 1}{\beta 3}$$

$$IMC = \frac{0.297}{0.623}$$

$$IMC = 0{,}4767$$

Indikator nilai IMC yaitu sebagai berikut:

a. Integrasi kuat: jangka pendek apabila IMC mendekati 0 atau IMC < 1, jangka panjang apabila b2 mendekati 1 (> 0.5).
b. Integrasi lemah: jangka pendek apabila IMC > 1, jangka panjang apabila b2 mendekati 0 (<0.5)
c. Tidak ada integrasi: jangka pendek apabila IMC sangat tingggi, b2 sangat mendekati 0.

Berdasarkan nilai IMC sebesar 0,4767, dan β_2 sebesar 0,755 maka dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar daging ayam di tingkat Peternak dan Pasar Tradisional tergolong pada integrasi kuat pada jangka panjang. Integrasi pasar yang kuat mengacu pada kondisi di mana berbagai pasar regional atau lokasi terhubung erat dan saling memengaruhi dalam hal harga dan perdagangan produk atau barang. Dalam situasi ini, perubahan harga atau kondisi pasar di satu lokasi cenderung cepat memengaruhi pasar lainnya, sehingga perbedaan harga antar pasar menjadi kecil. Dalam kata lain, integrasi pasar yang kuat menunjukkan bahwa ada aliran informasi dan barang yang lancar antar lokasi atau pasar, sehingga perbedaan harga antar lokasi atau pasar cenderung menyusut. Integrasi pasar yang kuat dapat menguntungkan karena dapat menghasilkan harga yang lebih stabil dan efisiensi perdagangan yang lebih tinggi. Namun, hal ini juga dapat berarti bahwa perubahan harga atau kondisi di satu pasar dapat dengan cepat merambat ke pasar lainnya, yang dapat menjadi tantangan jika terjadi gangguan dalam salah satu pasar. Integrasi pasar dalam jangka panjang dapat memiliki berbagai dampak dan konsekuensi, baik positif maupun negatif, tergantung pada berbagai faktor seperti industri yang terlibat, jenis integrasi, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan. Integrasi pasar dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dengan menghilangkan redundansi dalam rantai pasok dan mengurangi biaya produksi dan distribusi. Ini dapat mengarah pada harga yang lebih rendah bagi konsumen. Pasar yang terintegrasi dapat menarik lebih banyak investasi karena para pelaku pasar memiliki akses yang lebih besar ke pasar yang lebih besar. Hal ini dapat mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi. (Yusufadisyukur et al., 2020)

Integrasi pasar yang berlebihan juga dapat mengarah pada kekuatan pasar yang terlalu besar bagi beberapa perusahaan atau individu, yang dapat menghasilkan oligopoli atau monopoli. (M. A. Putri et al., 2022). Hal ini dapat mengurangi persaingan dan merugikan konsumen. Dari sisi produsen juga dapat mengalami dampak. Beberapa produsen atau petani mungkin kehilangan kemandirian mereka ketika mereka tergantung pada perusahaan besar yang mengendalikan pasar. Dampak integrasi pasar dalam jangka panjang akan bergantung pada berbagai faktor, termasuk kebijakan pemerintah, regulasi, serta tindakan dan strategi yang diambil oleh perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri tersebut. Oleh karena itu, integrasi pasar harus dikelola dengan hati-hati untuk mencapai hasil yang seimbang dan menguntungkan semua pemangku kepentingan. Daging ayam ras (broiler) yang dijual dipasar modern dan tradisional tentunya memiliki perbedaan dalam pola menawarkan daging ayam ras tersebut. Menurut (Arman D; Irwani N; Noviadi R, 2020), pedagang di pasar tradisional biasanya menjual daging ayam yang masih dalam bentuk curah dan melayani setiap ukuran pembelian yang diinginkan konsumen sedangkan di pasar modern, daging ayam yang dijual sudah dalam kemasan yang bervariasi ukuran serta beratnya.

Perbedaan segmentasi pasar yang membuat cara penjualan daging ayam tersebut menjadi bervariasi sehingga membuat harga yang ditawarkan juga bervariasi. (N. A. Putri et al., 2020). Dari perbedaan tersebut maka akan dibahas lebih lanjut mengenai elastisitas transmisi harga pada pasar tradisional, apakah terdapat persamaan atau perbedaan elastisitas transmisi harga dengan pasar modern. Telah dibahas sebelumnya bahwa elastisitas transmisi harga daging ayam ras (broiler) pada pasar modern memiliki nilai elastisitas transmisi harga (ET > 1) sehingga dinilai lebih efisien.

P-ISSN: 2460-4321, E-ISSN: 2579-8340
Volume 11, Nomor 2, Juli 2025: 1739-1745

Data yang digunakan untuk penelitian ini sama dengan pasar modern yaitu data time series dari tahun 2018 hingga 2022 berdasarkan harga daging ayam di tingkat peternak dan harga daging ayam di tingkat pasar modern. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa harga rata-rata daging ayam selama 5 tahun dari tahun 2018 sampai 2022 dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Harga Rata-Rata Daging Ayam di Tingkat Peternak dan Pasar tradisional dari Tahun 2018 hingga 2022 (dalam Rp/Kg)

Tahun	Harga Rata-Rata Tingkat Peternak	Harga Rata-Rata Tingkat Ps. Tradisional	Selisih Harga
2018	Rp22.852,00.-	Rp34.997,00.-	Rp12.145,00.-
2019	Rp23.898,00.-	Rp34.014,00.-	Rp10.115,00.-
2020	Rp23.018,00.-	Rp33.395,00.-	Rp10.376,00.-
2021	Rp25.255,00.-	Rp35.156,00.-	Rp 9.901,00.-
2022	Rp25.631,00.-	Rp35.791,00.-	Rp10.159,00.-

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 9 diketahui rata-rata harga daging ayam baik ditingkat peternak maupun di tingkat pasar tradisional mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 hingga 2022, harga daging ayam di tingkat peternak terus mengalami kenaikan, hal ini tidak jauh berbeda dengan harga daging ayam ras pada pasar tradisional. Namun perbedaan selisih harga terlihat sangat fluktuatif selama 5 tahun terakhir. Setelah diketahui harga rata-rata daging ayam baik di tingkat peternak maupun di tingkat pasar tradisional, selanjutnya dapat dianalisis efisiensi transmisi harga daging ayam menggunakan analisis regresi berganda, dengan model persamaan yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Pf = a + bPr$$

Keterangan:

Pf : harga di tingkat peternak

a : koefisien regresi

Pr : harga di tingkat pasar modern

Adapun hasil analisis regresi berganda untuk mengetahui elastisitas transmisi harga daging ayam dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien regresi	Sig. t-hitung	VIF
(Constant)	-3501.400	0,056	
Pr	0,857	0,000	1,000
R-Square	0,141		
Adjusted R-Square	0,126		
Durbin Waston	2,311		
dl	1,549		
du	1,616		
p-value	0,362		

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan koefisien regresi pada Tabel 3, maka dapat diketahui persamaan regresi pada penelitian ini, yaitu:

$$Pf = -3501.400 + 0.857Pr$$

Sehingga dapat dihitung nilai elastisitas transmisi harga menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ET = \frac{1}{b} \text{ x } \frac{Pf}{Pr}$$

Keterangan:

ET : Elastisitas transmisi harga

b : koefisien Pr

Pr : Harga rata-rata ditingkat pasar modern selama 5 tahun (2018-2022)

Pf : Harga rata-rata ditingkat peternak selama 5 tahun (2018-2022)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus elastisitas transmisi harga, diketahui nilai elastisitas transmisi harga daging ayam pada penelitian ini yaitu sebesar 0,812 atau ET < 1 berarti laju perubahan harga daging ayam ras (broiler) di tingkat peternak lebih kecil atau lebih lambat daripada laju perubahan harga daging ayam ras (broiler) di tingkat pedagang pengecer pada pasar tradisional, dimana apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1% di tingkat pedagang pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0.81% di tingkat peternak, sehingga sistem pemasaran daging ayam ras pada pasar tradisional di Indonesia belum sepenuhnya efisien. Namun hasil nilai elastisitas yang diperoleh sudah mendekati 1% dan bernilai positif, yang artinya apabila terjadi kenaikan di pasar pengecer atau konsumen, maka di pasar peternak juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.81%. Artinya sudah terdapat transfer informasi antara peternak dan pedagang pengecer walaupun masih belum sepenuhnya informasi tersebut ditransmisikan secara penuh. Hasil penelitian terkait elastisitas transmisi harga ini sejalan dengan hasil penelitian (Karim, Sajid, Asghar Ali, Abdul Ghafoor, 2017) yang menyatakan bahwa rendahnya nilai elastisitas transmisi harga karena kurangnya informasi yang diperoleh peternak dan belum efisiennya pemasaran daging ayam ras (broiler) di Indonesia (Sitanggang & Firdaus, 2015)

KESIMPULAN

Integrasi pasar daging ayam di tingkat Peternak dan Pasar Tradisional tergolong pada integrasi kuat pada jangka panjang. Integrasi pasar yang kuat menunjukkan bahwa ada aliran informasi dan barang yang lancar antar lokasi atau pasar, sehingga perbedaan harga antar lokasi atau pasar cenderung menyusut. Integrasi pasar yang kuat dapat menguntungkan karena dapat menghasilkan harga yang lebih stabil dan efisiensi perdagangan yang lebih tinggi. Nilai elastisitas transmisi harga daging ayam pada pasar tradisional yaitu sebesar 0,812 atau ET < 1 berarti laju perubahan harga daging ayam ras (broiler) di tingkat peternak lebih kecil atau lebih lambat daripada laju perubahan harga daging ayam ras (broiler) di tingkat pedagang pengecer pada pasar tradisional, dimana apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1% di tingkat pedagang pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0.81% di tingkat peternak, sehingga sistem pemasaran daging ayam ras pada pasar tradisional di Indonesia belum sepenuhnya efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Arman D; Irwani N; Noviadi R. (2020). Analisis Minat Masyarakat Kelurahan Langkapura Baru Terhadap Pembelian Produk Daging Ayam Ras (Broiler Chicken) Di Pasar Tradisional dan Modern. *Jurnal Peternakan Terapan*, *4*(1), 1–6. https://doi.org/DOI: 10.25181/peterpan.v4i1.2285

BPS. (2022). *Distribusi Perdagangan Komoditas Daging Ayam Ras Indonesia*. Badan Pusat Statistik.

Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian. (2022). Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2021/ Livestock and Animal Health Statistics 2021. *Issn 2964-1047*, *1*, 1–276.

Jojo, J., Harianto, H., Nurmalina, R., & Hakim, D. B. (2021). Integrasi Pasar Ayam Broiler Di Sentra Produksi Dan Pasar Indonesia. *Jurnal Pangan*, *30*(1), 31–44. https://doi.org/10.33964/jp.v30i1.526

Karim, Sajid, Asghar Ali, Abdul Ghafoor, M. A. I. (2017). Market Integration and Price Transmission in Poultry Products Markets of Punjab, Pakistan. *International Journal of Economic Research*, *14*(9), 95–106. https://doi.org/https://www.irmbrjournal.com/papers/1503042261.pdf

Luthfie, F. M., Fariyanti, A., & Asmarantaka, R. W. (2023). Price Stability and Shallot Market Integration in Central Java. *Agrisocionomics*, *7*(March 2012), 114–125. https://jurnal.polinela.ac.id/index.php/PETERPAN/index%0AeISSN

Ningsih, R., & Prabowo, D. W. (2017). Tingkat Integrasi Pasar Ayam Broiler Di Sentra Produksi Utama: Studi Kasus Jawa Timur Dan Jawa Barat. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, *11*(2), 247–270. https://doi.org/10.30908/bilp.v11i2.231

Oroh, F. N. ., & Pangemanan, S. P. (2023). Perilaku Konsumen Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Dan Modern. *Jambura Journal of Animal Science*, *5*(2), 58–65. https://doi.org/10.35900/jjas.v5i2.19443

Putri, M. A., Yelfiarita, Y., Afrizal, R., & Arnayulis, A. (2022). Analysis of Price Variations and Integration of Broiler Chicken Eggs Market in West Sumatra. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *21*(1), 31–44. https://doi.org/10.31186/jagrisep.21.1.31-44

Putri, N. A., Saidah, Z., Supyandi, D., & Trimo, L. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, *3*(1), 89–100. https://doi.org/10.25181/jofsa.v3i2.1564

Sitanggang, M. R. B., & Firdaus, F. (2015). Elastisitas Transmisi Harga Daging Kerbau Rawa di Desa Sapala Kecamatan Paminggir Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Rawa Sains : Jurnal Sains Stiper Amuntai*, *5*(1), 319–323. https://doi.org/10.36589/rs.v5i1.45

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R dan D. In Alfabeta (Ed.), *Alfabeta*. https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22

Yusufadisyukur, E. O., Cramon-Taubadel, S. von, Suharno, S., & Nurmalina, R. (2020). Market Integration and Price Transmission of Beef in the Archipelagic State: the Case of the Provinces in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, *17*(3), 265–273. https://doi.org/10.17358/jma.17.3.265