

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Diskriminasi Harga

Diskriminasi harga adalah strategi penetapan harga yang berbeda untuk produk atau layanan yang sama, yang diterapkan kepada berbagai kelompok konsumen. Dalam teori ekonomi mikro, diskriminasi harga dibedakan menjadi tiga kategori: diskriminasi harga tingkat pertama (diskriminasi harga sempurna), tingkat kedua (berdasarkan kuantitas), dan tingkat ketiga (berdasarkan segmen pelanggan). Dalam bidang distribusi ayam broiler, praktik diskriminasi harga lebih sering muncul pada tingkat ketiga, di mana para pelaku pasar menetapkan harga yang bervariasi tergantung pada lokasi geografis, ukuran pembelian, serta daya tawar konsumen.

Struktur pasar juga penting untuk menjelaskan fenomena ini. Dalam struktur pasar oligopsoni, terdapat sejumlah kecil pembeli besar yang memiliki wewenang untuk menetapkan harga, sementara para penjual (peternak) tidak memiliki kekuatan tawar yang sama. Kondisi ini mengakibatkan ketidakseimbangan dalam penetapan harga, dan seringkali harga di tingkat produsen jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga di tingkat konsumen akhir. Hasibuan *et al.* (2020) menyatakan bahwa pasar ayam broiler di Sumatera Utara memiliki struktur yang cenderung oligopsoni, di mana pelaku besar memiliki kekuasaan untuk menentukan harga beli dari para peternak.

Lebih jauh lagi, saluran distribusi menunjukkan bahwa semakin panjang rute distribusi suatu produk, semakin besar kemungkinan margin harga yang tinggi terjadi. Setiap bagian dari rantai distribusi memiliki kepentingan untuk mendapatkan keuntungan, sehingga pengumpulan margin tersebut dapat menghasilkan perbedaan harga yang cukup besar. Dewi dan Hartono (2021) menekankan bahwa efisiensi dalam saluran distribusi sangat penting untuk mengecilkan selisih harga antara produsen dan konsumen.

2.2 Elastisitas Permintaan dan Diskriminasi Harga

Elastisitas permintaan memegang peran penting dalam praktik diskriminasi harga, di mana pelaku pasar dengan daya tawar tinggi mampu memanfaatkan inelastisitas permintaan untuk menentukan margin lebih besar. Kurnadi *et al.* (2022) menemukan bahwa elastisitas permintaan daging broiler di tingkat pedagang secara rata-rata sebesar 0,874 menunjukkan sensitivitas yang relatif rendah terhadap perubahan harga, sehingga memberi ruang bagi pedagang untuk menetapkan harga lebih tinggi kepada konsumen akhir. Menurut Erliana *et al.* (2022) melaporkan elastisitas harga bagi daging broiler di Jawa Barat bersifat elastis dan termasuk barang normal (kebutuhan pokok), memperlihatkan bahwa perubahan harga dapat secara signifikan mempengaruhi permintaan, terutama di daerah dengan daya beli menengah rendah. Variasi elastisitas ini menjadi pijakan untuk mendalami bagaimana diskriminasi harga terjadi berdasarkan segmen pasar dan region.

2.3 Integrasi Pasar dan Transmisi Harga Vertikal

Keterbatasan integrasi pasar regional memperbesar celah harga vertikal dan spasial dalam rantai pasok ayam broiler. Studi terbaru menunjukkan bahwa transmisi harga tidak selalu efisien, menciptakan disparitas harga antara peternak, pedagang, dan konsumen. Misalnya, penelitian «Integrasi Pasar Jangka Pendek Ayam Broiler di Indonesia» menunjukkan bahwa struktur pasar oligopsoni memungkinkan pedagang besar untuk menahan harga di tingkat produsen dan menaikkan harga di kawasan permintaan tinggi. Temuan ini sejalan dengan lapangan oleh Mallory *et al.* (2025) yang menyoroti transmisi harga asimetris region-to-region, memperkuat dugaan bahwa diskriminasi harga vertikal dan spasial sangat mungkin terjadi dalam rantai pasok ayam broiler.

2.4 Kontrak Kemitraan, Struktur Pasar, dan Harga Petani

Selain aspek permintaan dan integrasi pasar, struktur kontrak kemitraan juga tidak lepas dari pengaruh diskriminasi harga ke peternak skala kecil. Magister Viqih (2023) mendapati bahwa dalam kemitraan inti-plasma ayam broiler di Cirebon, fluktuasi harga pasar dan biaya produksi berdampak langsung pada

profitabilitas peternak, di mana margin keuntungan tidak sebanding antara peternak dan perusahaan besar . Kondisi ini diperparah oleh laporan pengguna di forum online, bahwa perusahaan besar sering memasukkan ayam dalam jumlah besar ke pasaran untuk menekan harga saat panen peternak mandiri tiba praktik yang menyerupai predatory pricing. Temuan empiris tersebut menunjukkan bahwa diskriminasi harga bukan hanya dilakukan oleh pedagang akhir, tetapi juga perusahaan besar yang memiliki akses modal dan pengaruh pasar.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya mengangkat isu ketimpangan harga dalam distribusi ayam broiler. Tabel berikut merangkum beberapa studi terdahulu yang relevan:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian Ini
Erliana <i>et al.</i> (2022)	Elastisitas Permintaan Ayam Broiler di Jawa Barat	Daging broiler termasuk barang inferior dengan permintaan elastis di sebagian wilayah	Menjelaskan variasi diskriminasi harga menurut wilayah
Kurnadi <i>et al.</i> (2022)	Analisis Permintaan Ayam Broiler di Tingkat Konsumen	Permintaan inelastis membuka ruang praktik harga tinggi oleh pedagang	Mendukung bahwa harga konsumen bisa tinggi tanpa turun permintaan
Mallory <i>et al.</i> (2025)	Price Transmission and Spatial Integration in U.S. Broiler Markets	Transmisi harga vertikal dan spasial tidak efisien; terjadi diskriminasi antarwilayah	Menguatkan asumsi diskriminasi harga antar lokasi

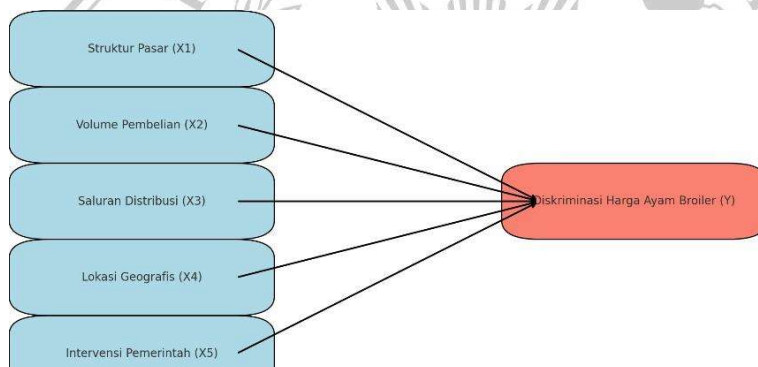
Penelitian ini memperluas temuan-temuan sebelumnya dengan membangun mengangkat isu ketimpangan harga dalam distribusi ayam broiler.

2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasarkan pada pemikiran bahwa diskriminasi harga ayam broiler di pasar tradisional dipengaruhi oleh sejumlah faktor ekonomi dan struktural. Dalam konteks ini, variabel-variabel seperti struktur pasar, volume

pembelian, saluran distribusi, lokasi geografis, dan intervensi pemerintah diasumsikan memiliki pengaruh terhadap tingkat diskriminasi harga yang dirasakan oleh pelaku usaha.

Struktur pasar oligopsoni memberikan kesempatan bagi pembeli besar untuk mendominasi dan memengaruhi harga. Volume pembelian menentukan posisi tawar pelaku usaha; semakin besar volumenya, semakin besar pula kemungkinan mendapat harga yang kompetitif. Saluran distribusi yang panjang dapat memperbesar perbedaan harga akibat biaya distribusi yang bertingkat. Lokasi geografis berpengaruh terhadap akses pasar dan biaya logistik yang juga berdampak pada harga jual. Sementara itu, intervensi pemerintah, seperti penetapan harga acuan dan pengawasan pasar, diharapkan mampu menekan terjadinya diskriminasi harga.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Struktur pasar berpengaruh signifikan terhadap diskriminasi harga ayam broiler.

H2: Volume pembelian berpengaruh signifikan terhadap diskriminasi harga ayam broiler.

H3: Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap diskriminasi harga ayam broiler.

H4: Lokasi geografis berpengaruh signifikan terhadap diskriminasi harga ayam broiler.

H5: Intervensi pemerintah berpengaruh signifikan terhadap diskriminasi harga ayam broiler.

