

ANALISIS ALUR PEMASARAN TELUR PADA USAHA PETERNAKAN AYAM RAS PETELUR DI KABUPATEN SITUBONDO.

MASRUROTUL AMALIA
Program Studi Manajemen Bisnis Unggas
Jurusan Peternakan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari alur pemasaran telur pada usaha ayam ras petelur dan menganalisis margin pemasaran, *share* harga, biaya pemasaran dan keuntungan tiap lembaga pemasaran. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada Maret 2015 sampai dengan April 2015. Sampel dari penelitian ini yaitu sebanyak 70 responden terdiri dari 14 peternak, 4 pedagang agen dan 52 pedagang pengecer. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan margin pemasaran, *share* harga yang diterima peternak, *share* biaya pemasaran dan *share* keuntungan pemasaran pada masing-masing alur pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alur pemasaran usaha ayam ras petelur di Kabupaten Situbondo menggunakan dua alur pemasaran yaitu alur pemasaran sedang dan alur pemasaran pendek. Margin pemasaran pada alur pemasaran sedang sebesar Rp. 2.200,- sedangkan alur pemasaran pendek mempunyai margin pemasaran sebesar Rp. 1.000,- dengan *share* harga yang diterima peternak pada alur pemasaran sedang (80.85%) lebih kecil dibandingkan alur pemasaran pendek (93.33%). *Share* biaya pemasaran pada alur pemasaran sedang (74.62%) lebih tinggi dibandingkan *share* biaya pemasaran pendek (40%). Keuntungan tiap lembaga pemasaran pada alur pemasaran sedang (70.83%) lebih tinggi dibandingkan keuntungan pemasaran pada alur pemasaran pendek (60%).

Kata Kunci: Analisis Alur Pemasaran, Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur, Kabupaten Situbondo