

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Telur ayam ras merupakan salah satu produk pangan hasil ternak yang mempunyai peran sangat penting dan strategis dalam pemenuhan gizi masyarakat. Telur ayam ras mempunyai kandungan gizi tinggi, terutama protein dan nilai cerna oleh tubuh yang tinggi pula. Kondisi ini menyebabkan permintaan telur ayam ras oleh masyarakat dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Peningkatan permintaan telur ayam ras disebabkan oleh meningkatnya jumlah penduduk, perbaikan ekonomi masyarakat dan kesadaran akan arti pentingnya gizi bagi kesehatan tubuh manusia (Mukson. 2005).

Prospek usaha peternakan ayam ras petelur di Indonesia dinilai sangat baik, karena pada saat ini produksi telur ayam ras baru mencukupi kebutuhan pasar dalam negeri sebesar 65%, sisanya dipenuhi oleh telur ayam kampung, itik, dan puyuh. Iklim perdagangan global yang sudah mulai terasa saat ini, semakin memungkinkan produk telur ayam ras dari Indonesia untuk ke pasar luar negeri, mengingat produk ayam ras bersifat elastis terhadap perubahan pendapatan per kapita per tahun dari suatu negara. Meskipun potensi usaha budidaya ayam ras petelur sangatlah menarik, namun sejumlah tantangan bisa menjadi penghambat usaha yang bisa mengubah potensi keuntungan menjadi kerugian (Abidin. 2003). Tantangan dan hambatan dalam usaha peternakan ayam ras petelur antara lain manajemen pemeliharaan yang lemah, fluktuasi harga produk, fluktuasi harga sarana produksi dan margin usaha rendah. Margin usaha rendah disebabkan oleh panjangnya alur pemasaran yang memperbanyak biaya pemasaran.

Pemasaran telur yang dilakukan oleh produsen biasanya menggunakan berbagai lembaga pemasaran agar produk telur ayam ras sampai ke tangan konsumen. Proses ini memerlukan biaya pemasaran yang akan digunakan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Hal ini perlu adanya perhatian masalah efisiensi pemasaran agar telur sampai di tangan konsumen dengan harga yang wajar dan lembaga pemasaran yang terlibat masih mampu menjalankan fungsi pemasaran secara baik.

Kabupaten Situbondo merupakan tempat peternakan ayam petelur penghasil telur yang cukup besar dibanding dengan peternakan ayam bloiler (pedaging). Populasi dan jumlah peternak di Kabupaten Situbondo pada tahun 2014 dengan populasi 25.250 ekor ayam petelur dan 14 peternak ayam petelur di lima Kecamatan. Populasi dan jumlah peternak yang cukup banyak diantara lima Kecamatan tersebut adalah kecamatan penarukan dengan jumlah populasi 7.700 ekor ayam petelur dan 4 peternak ayam petelur di Kecamatan Asembagus. Populasi ayam petelur dan jumlah peternak di Kabupaten Situbondo dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Jumlah Populasi Ayam Petelur Ras Dan Jumlah Peternak Ayam Petelur Ras di Kabupaten Situbondo tahun 2014.

No	Kecamatan	Populasi	Jumlah Peternak
1.	Kendit	5.000	1
2.	Panarukan	7.700	3
3.	Situbondo	3.950	3
4.	Mangaran	6.000	3
5.	Asembagus	2.600	4

Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Situbondo (2014)

Berdasarkan Tabel 1.1 peternak ayam petelur memerlukan suatu alur pemasaran yang baik agar dapat memberikan keuntungan yang baik bagi peternak dan tidak merugikan konsumen. Alur pemasaran yang baik terhadap peternak ayam petelur dapat menjadikan hasil telur tersebut sampai kepada konsumen dengan tingkat pendapatan yang tinggi yaitu dengan biaya pemasaran yang rendah. Semakin panjang alur pemasaran, maka harga telur yang di dapati oleh konsumen dengan harga yang relatif tinggi hal ini disebabkan biaya pemasaran yang tinggi. Selain itu, peran ekonomi masyarakat Kabupaten Situbondo cukup kecil sehingga dapat menentukan dan mengontrol harga telur ayam yang baik dari peternak maupun pedagang telur untuk konsumen.

Berdasarkan uraian–uraian dan permasalahan di atas, maka peneliti bermaksud membahas penelitian tentang saluran distribusi ayam petelur dalam rangka meningkatkan kesejahteraan peternak dengan judul “Analisis Alur Pemasaran Telur Pada Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Situbondo”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana alur pemasaran usaha ayam ras petelur di Kabupaten Situbondo?
2. Sejauh mana tingkat perbedaan keuntungan pemasaran pada masing-masing alur pemasaran usaha ayam ras petelur di Kabupaten Situbondo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui alur pemasaran usaha ayam ras petelur di Kabupaten Situbondo.
2. Untuk mengetahui tingkat keuntungan pemasaran pada masing-masing alur pemasaran usaha ayam ras petelur di Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat ini antara lain:

1. Sebagai tambahan tentang pengetahuan alur pemasaran telur ayam ras dalam menbandingkan harga dari peternak dengan harga yang diperoleh konsumen melalui alur pemasaran sedang dan alur pemasaran pendek.
2. Bahan informasi yang bermanfaat untuk menentukan alur pemasaran yang dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat.