

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kebutuhan konsumsi pangan yang meningkat di Indonesia salah satunya adalah kebutuhan telur ayam dari 6,039 kg di tahun 2013 menjadi 6,153 kg per kapita di tahun 2014, ada peningkatan sebesar 2,54%. Adanya kebutuhan telur meningkat mempengaruhi peningkatan produksi telur ayam meningkat menjadi 4,03% pada tahun 2016 (Maulana, 2017). Namun jika melihat jumlah produksi telur ayam tiap provinsi di Indonesia seperti Jawa Timur yang pertumbuhannya sebesar 22% dengan jumlah produksi 445.792,69 ton di tahun 2016 (Kementrian Pertanian, 2017), tidak menutup kemungkinan kebutuhan konsumsi telur di Jawa Timur tercukupi, harga telur yang terus meningkat setiap tahunnya mempengaruhi produksi telur.

Kabupaten Jember adalah salah satu penyumbang produksi telur ayam di Jawa Timur sebesar 11.419,89 ton pada tahun 2016. Kecamatan Sumpalsari yang memproduksi 2.174 ton. Konsumsi telur di Kabupaten Jember tahun 2017 perkapita mencapai 2,119 kilogram dan mengalami peningkatan di tahun 2018 mencapai 2,152 kilogram (Dinas Peternakan Jawa timur, 2018a). Harga per kilogram telur di Kabupaten Jember pada tahun 2017 sebesar Rp 19.000 dan pada tahun 2018 harga satu kilogram mencapai Rp 22.000 pada tingkat konsumen. Dari data tersebut dapat diketahui juga jika konsumsi telur ayam ras petelur di Kabupaten Jember dipastikan akan terus bertambah pertahunnya mengingat beberapa pertimbangan seperti bertambahnya jumlah penduduk dan dapat diketahui jika harga telur ayam ras di Kabupaten Jember juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun banyak perusahaan di Kabupaten Jember yang mengeluhkan harga di tingkat produsen tetap tidak mengalami peningkatan. Perusahaan tersebut adalah PT. Sumber Urip Agrisatwa, peneliti ingin mengetahui bagaimana manajemen saluran pemasaran yang ada. Dengan melihat tingkat efisiensi dari semua saluran yang ada, dimana akan sangat berpengaruh langsung terhadap pendapatan dari peternakan ayam ras petelur. Perusahaan melakukan

pemanenan dan pemasaran telur ayam ras petelur sendiri secara langsung dan melalui lembaga pemasaran. Proses pemasaran telur ayam ras menjadi suatu rantai atau jalur yang disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui sebuah rangkaian orang (Prayitno dkk. 2014). Proses pemasaran membutuhkan biaya pemasaran semakin tinggi sejalan dengan semakin panjangnya saluran pemasaran sehingga mempengaruhi jumlah keuntungan dari lembaga pemasaran yang terlibat. Biaya pemasaran dapat diukur menggunakan margin pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen (Hasyim, 2013). Besaran margin pemasaran tergantung pada perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara, harga konsumen akhir dan harga yang diterima produsen. Dari hal diatas maka dibutuhkan analisis distribusi dan margin pemasaran di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pola saluran distribusi pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana *margin* pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember ?

### **1.3. Tujuan**

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah diatas, maka tujuan skripsi ini adalah:

1. Mengetahui pola saluran distribusi pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember.
2. Mengetahui *margin* pemasaran pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember.

#### **1.4. Manfaat**

Adapun manfaat dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Memberikan tambahan pengetahuan tentang saluran distribusi dan pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember.
2. Memberikan tambahan pengetahuan tentang besar *margin* pemasaran telur ayam ras di PT. Sumber Urip Agrisatwa Kabupaten Jember.