

**ANALISIS PEMASARAN TELUR AYAM RAS PETELUR
DI KABUPATEN SUKOHARJO, JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Oleh:

I Kadek Dwi Mertayasa

H0815062

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

SURAKARTA
commit to user
2020

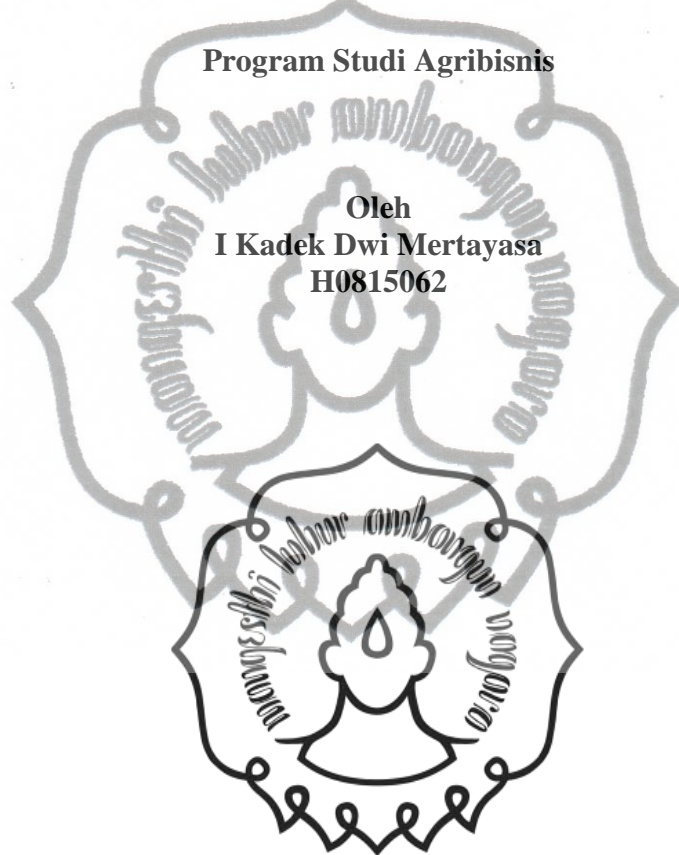
**ANALISIS PEMASARAN TELUR AYAM RAS PETELUR
DI KABUPATEN SUKOHARJO, JAWA TENGAH**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat gelar Sarjana Pertanian
Di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Agribisnis

**Oleh
I Kadek Dwi Mertayasa
H0815062**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

SURAKARTA

2020

commit to user

**ANALISIS PEMASARAN TELUR AYAM RAS PETELUR
DI KABUPATEN SUKOHARJO, JAWA TENGAH**

**Yang diajukan dan disusun oleh
I Kadek Dwi Mertayasa
H0815062**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal : Juli 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Susunan Dewan Penguji

Ketua



Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, M.S.
NIP. 195701041980032001

Anggota I



Isti Khomah S.P., M.Si.
NIP. 198712302014042001

Anggota II



Dr. Ir. Sugiharti Mulya H., M.P.
NIP. 196506261990032001

**Surakarta, Juli 2020
Mengetahui,**

Universitas Sebelas Maret

Fakultas Pertanian

Dekan



Prof. Dr. Ir. Samanhudi, S.P., M.Si., IPM
NIP. 196806101995031003

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah*”. Tujuan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat agar dapat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Samanhudi, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Ir. Sri Marwanti M.S. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah menyetujui permohonan penyusunan skripsi.
3. Dr. Umi Barokah, S.P., M.P. ketua Komisi Sarjana (Komsar) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah menyetujui permohonan penyusunan skripsi.
4. Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, MS. selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
5. Isti Khomah S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Ir. Sugiharti Mulya Handayani, M.P. selaku Dosen Penguji yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta atas ilmu yang diberikan selama perkuliahan.

commit to user

8. Seluruh karyawan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta atas kemudahan dalam menyelesaikan persyaratan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Keluarga saya, Papa, Mama, dan saudara kembar saya, Gede yang selalu memberikan doa, kasih sayang, kepercayaan, dan dukungan baik secara moril maupun materiil.
11. Ni Madé Dwi Sylvia Saraswati yang selalu menemani serta memberi semangat kepada penulis selama ini.
12. Sahabat terdekat saya, Arya, Bangga, Deva, Dika, Gungde, Komang, dan Nova yang telah memberi dukungan selama ini.
13. Teman seperjuangan selama perkuliahan, Karel, Hanif, Gilar, Huda, Faris, Tio, Dzul, Habibi, Imam, Robbi, dan Chandra.
14. Arvie, Salman, Dito, Faiq, Rian, Thoyib, Babun, Wahyu, Yusron, Tsaqif, dan Dicky yang selalu memberikan dukungan selama ini.
15. Teman-teman AGB Men, Dandelion 2015, IAAS LC UNS, dan KMHD UNS yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah memberikan dukungan selama proses perkuliahan.
16. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna karena kesempurnaan itu hanya milik Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berharap agar skripsi ini berguna bagi pembaca sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surakarta, Juli 2020

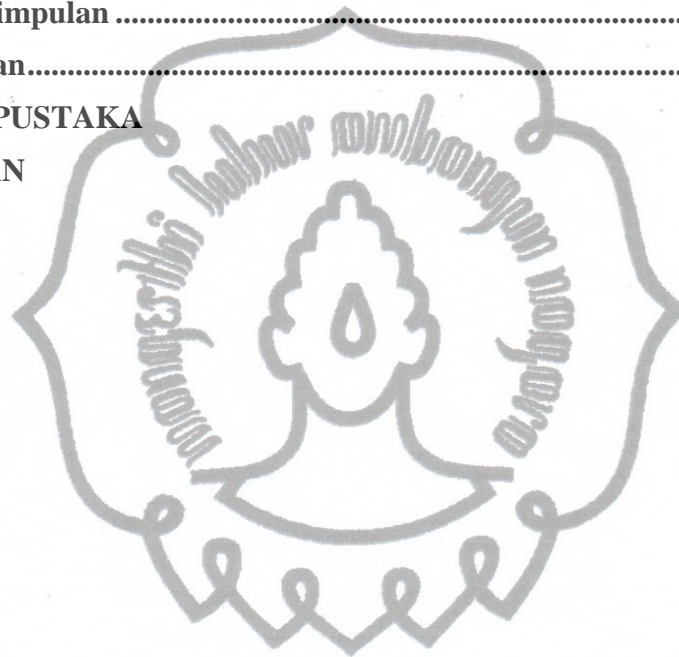
Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
RINGKASAN	x
SUMMARY.....	xi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Tinjauan Pustaka	14
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	26
D. Hipotesis	28
E. Asumsi	28
F. Pembatasan Masalah	28
G. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III. METODE PENELITIAN	31
A. Metode Dasar Penelitian.....	31
B. Jenis dan Sumber Data	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	36
D. Metode Analisis Data	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Kondisi Umum Daerah Penelitian	43
B. Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo.....	49
1. Karakteristik Peternak	49

2. Karakteristik Pedagang	54
3. Saluran Pemasaran	59
4. Marjin Pemasaran	63
5. <i>Farmer's Share</i>	67
6. Efisiensi Pemasaran	68
7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Marjin Pemasaran	69
C. Pembahasan	75
V. KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Protein Asal Pangan Hewani (g/kapita/hari)	1
Tabel 2. Kandungan Gizi Telur Ayam Ras per 100 gram	2
Tabel 3. Rata-rata Konsumsi Produk Peternakan Per Kapita Tahun 2015-2016.....	3
Tabel 4. Produksi Telur Ayam Ras Petelur Menurut Kabupaten/Kota di Karisidenan Surakarta Tahun 2019	3
Tabel 5. Produksi Hasil Peternakan di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2017.....	6
Tabel 6. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah	12
Tabel 7. Permintaan Telur Ayam Ras Petelur di Karesidenan Surakarta Tahun 2007 – 2008	32
Tabel 8. Populasi Ayam Ras Petelur di Karesidenan Surakarta Tahun 2016.....	32
Tabel 9. Populasi Ayam Ras Petelur Menurut Kecamatan di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2016.....	33
Tabel 10. Jumlah Peternak di Kabupaten Sukoharjo	34
Tabel 11. Pembagian Wilayah Administratif dan Luas Wilayah di Kabupaten Sukoharjo	44
Tabel 12. Jumlah Penduduk dan Pertumbuhan Penduduk di Kabupaten Sukoharjo tahun 2014 – 2018	46
Tabel 13. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin Kabupaten Sukoharjo Tahun 2018.....	46
Tabel 14. Jumlah Pasar Menurut Jenisnya di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2017	47
Tabel 15. PDRB Atas Dasar Harga Berlaku dan Atas Dasar Harga Konstan 2010 serta Pertumbuhannya di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2015-2018.	48
Tabel 16. Karakteristik Peternak Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 17. Karakteristik Peternak Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo Berdasarkan Tingkat Pendidikan.	51
Tabel 18. Alasan Peternak dalam Memilih Komoditas Telur di Kabupaten Sukoharjo	52
Tabel 19. Sistem Penjualan Telur di Kabupaten Sukoharjo	53
Tabel 20. Sistem Pembayaran kepada Peternak di Kabupaten Sukoharjo.....	54
Tabel 21. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Petelur di Kabupaten Sukoharjo Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur	55

Tabel 22. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Petelur di Kabupaten Sukoharjo Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 23. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Petelur di Kabupaten Sukoharjo Berdasarkan Pengalaman Berdagang	57
Tabel 24. Sumber Modal Pedagang Telur Ayam Petelur di Kabupaten Sukoharjo.....	57
Tabel 25. Lembaga Pemasaran Telur Ayam Petelur di Kabupaten Sukoharjo.....	58
Tabel 26. Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan oleh Lembaga Pemasaran telur ayam ras petelur di Kabupaten Sukoharjo.....	61
Tabel 27. Jumlah Peternak Berdasarkan Jenis Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo	63
Tabel 28. Biaya Pemasaran pada Masing-masing Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo	64
Tabel 29. Marjin Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo..	66
Tabel 30. Farmer's Share Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo.....	67
Tabel 31. Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo	68
Tabel 32. Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 33. Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 34. Model Summary.....	72
Tabel 35. Anova.....	73
Tabel 36. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Marjin Pemasaran	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	27
Gambar 2. Jenis Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur.....	60
Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71



RINGKASAN

I Kadek Dwi Mertayasa. H0815062. 2020. “*Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah*”. Dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, MS. dan Isti Khomah S.P., M.Si. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Telur ayam ras petelur merupakan salah satu produk peternakan sumber pemenuhan protein hewani. Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu produsen telur ayam ras petelur di Provinsi Jawa Tengah. Sebagai sumber pemenuhan protein hewani, telur memiliki kelemahan pada cangkangnya yang mudah pecah serta ketahanannya yang tidak terlalu lama. Peternak perlu pemasaran yang efisien dalam menyalurkan telur ayam ras petelur sampai ketangan konsumen. Hal ini memerlukan analisis lebih lanjut terkait pemasaran telur ayam ras petelur agar telur dapat terdistribusi secara efisien. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan pemerintah mampu mengetahui tingkat efisiensi pemasaran telur ayam ras petelur terkait pola saluran pemasaran telur ayam ras petelur di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran, biaya, keuntungan, margin pemasaran, tingkat efisiensi saluran pemasaran, dan faktor yang mempengaruhi margin pemasaran telur ayam ras petelur di Kabupaten Sukoharjo.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan *purposive sampling* dengan Kabupaten Sukoharjo sebagai daerah penelitian. Sampel peternak berjumlah 30 orang peternak yang diambil dengan metode *random sampling*. Sampel pedagang diambil secara *snowball sampling* terdiri dari satu orang pedagang besar dan 25 orang pedagang pengecer. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis pemasaran menggunakan beberapa metode yaitu: *cost and margin analysis*, *farmer's share*, dan *multiple linear regression*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran telur ayam ras petelur di Kabupaten Sukoharjo yaitu, saluran I: Peternak → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Saluran II: Peternak → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Total biaya pemasaran saluran I adalah Rp 725,97/Kg; keuntungan yang diperoleh Rp 3.278,57/Kg; dan persentase margin pemasaran adalah sebesar 82,38%. Total biaya pemasaran saluran II adalah Rp 713,14/Kg; keuntungan yang diperoleh Rp 1.246,73/Kg; dan persentase margin pemasaran adalah sebesar 92,43%. Kedua saluran pemasaran sudah efisien dengan persentase efisiensi pemasaran sebesar 3,25% dan nilai *farmer's share* sebesar 92,72% untuk saluran I dan persentase *farmer's share* sebesar 83,88% dan efisiensi pemasaran sebesar 3,19% untuk saluran II.

SUMMARY

I Kadek Dwi Mertayasa. H0815062. 2020. "Marketing Analysis of Laying Eggs in Sukoharjo Regency, Central Java". Supervised by Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, MS. and Isti Khomah S.P., M.Si. Faculty of Agriculture, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Laying chicken eggs are a strategic livestock product for Indonesia as a source of animal protein fulfillment. Sukoharjo Regency is one of the producers of laying hens in Central Java Province. As a source of fulfilling animal protein, eggs have a weakness in their fragile shells and their durability is not very long. So that farmers need efficient marketing in distribute laying hens eggs to the hands of consumers. This requires further analysis related to marketing laying hens eggs so that eggs can be distributed efficiently. In addition, through this research the government is expected to be able to analyze the level of marketing efficiency of laying eggs related to the marketing channels of laying eggs in Sukoharjo Regency. This study aims to analyze and determine the pattern of marketing channels, costs, profits, marketing margins, the level of efficiency of marketing channels, and factors that influence the marketing margin of laying hens in Sukoharjo Regency.

The method used is descriptive and purposive sampling method with Sukoharjo Regency as a research area. Samples totaling 30 breeders were taken by random sampling method. Samples of traders taken by snowball sampling consisted of one wholesaler and 25 retailers. The data used are primary and secondary data. Marketing analysis methods use several methods, namely: cost and margin analysis, farmer's share, and multiple linear regression.

The results showed that there were two patterns of marketing of laying eggs in Sukoharjo Regency, channel I: Breeder → Wholesaler → Retailer → Consumer. Channel II: Farmers → Retailers → Consumer. Total marketing cost of channel I is Rp 725.97 / Kg; profits obtained Rp. 3.278.57 / Kg; and the percentage of marketing margins is 82.38%. Total marketing costs for channel II is Rp. 713.14 / kg; profits obtained Rp. 1.246.73 / Kg; and the percentage of marketing margins is 92.43%. Both marketing channels are efficient with a marketing efficiency percentage of 3.25% and a farmer's share value of 92.72% for channel I and a percentage of farmer's share of 83.88% and marketing efficiency of 3.19% for channel II.