

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Telur merupakan bahan makanan yang berasal dari ternak unggas yang bernilai gizi tinggi, penambahan jumlah penduduk membawa peningkatan akan kebutuhan protein hewani. Kebutuhan protein hewani salah satunya dapat dipenuhi oleh telur, Produk telur mempunyai harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk peternakan lainnya. Mudah didapat dan praktis, sehingga komoditas berupa produk telur itu banyak disukai masyarakat. Sehingga menyebabkan permintaan telur ayam ras mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2019 Provinsi Sumatera Barat, jumlah populasi ayam ras petelur mencapai 13.134.812.00ekor. Salah satu sentra produksi telur ayam ras di Sumatera Barat berada di Limapuluh Kota, populasi ayam ras petelur mencapai 7.474.471.00ekor dengan produksi 57.418.459,41 kg pada tahun 2019, populasi ternak ayam ras petelur di Limapuluh Kota sebanyak 56,9% dari total populasi di Sumatera Barat. Sedangkan produksi ternak unggas ayam petelur terbanyak berada di Kecamatan Payakumbuh pada tahun 2020 dengan produksi telur mencapai 15.242.670.00 kg pertahunnya. (Badan Pusat Statistik Kabupaten 50 Kota 2019).

Salah satu usaha peternakan ayam ras petelur di LimaPuluh kota yaitu berada di Kecamatan Payakumbuh, kelurahan Taeh Baruah yaitu Sony Farm, yang dimiliki oleh bapak Iswandi, usaha ayam petelur ini dirintis oleh bapak Iswandi dari tahun 2010 yang berlokasi di Kelurahan Kubu Gadang Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Limapuluh Kota, dengan populasi awal 5000 ekor ayam ras petelur. Dalam tahun berikutnya penambahan pupulasi sebanyak 10.000 ekor pada tahun 2011, dan kemudian 5000 ekor pada

tahun 2012, pada tahun 2013/2014 peternakan ayam ras petelur Sony Farm mengalami penurunan populasi sebesar 50% yang diakibatkan oleh penyakit flu burung pada saat itu. Sehingga populasi ayam petelur Sony Farm menjadi 10.000 ekor, dan ditahun berikutnya terdapat penambahan populasi yang dilakukan Sony Farm, pada tahun 2019 populasi ayam ras petelur sony farm menjadi 30.000 ekor. Berdasarkan survei yang dilakukan, awal bibit ayam ras petelur yang digunakan adalah Strain Lohgman Brown (Japfa) dengan produksi telur yang dihasilkan mencapai 80% atau sekitar 24.000 butir telur/hari.

Aktifitas pemasaran merupakan satu kegiatan yang penting, dimana pada kegiatan itu tujuannya adalah untuk menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran untuk memudahkan produsen dalam menyalurkan produk. Pemasaran dapat dikatakan efisiensi bila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil dari peternak ke konsumen dengan biaya yang murah dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat, dalam kegiatan produksi dan juru tataniaga tersebut.

Efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah hal-hal yang mendukung terjadinya pemasaran yang efisien yaitu struktur lembaga pemasaran yang ikut adil dalam proses pemasaran dan transmisi harga telur ayam ras. Cara atau indikator dalam mengukur efisiensi pemasaran antara lain adalah margin pemasaran, penetapan harga ditingkat konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan intensitas pesaing pasar.

Wilayah pemasaran telur ayam ras di Sony Farm adalah Sumatera Barat dan luar Sumatera Barat. Wilayah pemasaran di Sumatera Barat meliputi Bukittinggi dan Pasaman, sedangkan pada wilayah luar Sumatera Barat berada di Pekanbaru, Lipat Kain Riau dan Bangko Jambi. Dalam proses pemasaran telur ayam ras sony farm ini melibatkan beberapa lembaga pemasaran, Lembaga tersebut merupakan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, masing-masing lembaga akan mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda-beda

tergantung pada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Namun dalam hal ini ada beberapa pedagang pengumpul yang harga jual ditingkat konsumennya justru lebih mahal dengan pasar tujuan yang lebih dekat. Oleh karena itu perlu dilihat berapa sebaran keuntungan dan sebaran margin yang terdapat pada setiap saluran pemasaran, sehingga akan terlihat apakah terdapat perbedaan harga ditingkat konsumen akhir dari beberapa lembaga tersebut berdasarkan biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Harga jual telur pada usaha peternakan Sony Farm relatif lebih murah Rp.20-40/butirnya dibandingkan peternak ayam ras petelur lainnya yang berada di kecamatan Payakumbuh dengan harga yang sudah ditentukan oleh asosiasinya, harga telur di usaha peternakan Sony Farm yaitu; Bujang (kecil) Rp.30.000/papan atau Rp.1.000/butir dan Remban (menengah) Rp.33.600/papan atau Rp1.120/butir dan super (Besar) Rp.36.000/papan atau Rp.1.200/butir sedangkan harga pada kompetitor yang ditetapkan oleh asosiasi berada pada harga Bujang (kecil) Rp.31.000/papan atau Rp.1.066/butir dan Remban (menengah) Rp.34.200/papan atau Rp.1.140/butir dan pada telur super (besar) Rp.39.000/papan atau Rp.1.300/butir dengan prosedur yang sama. dalam pemasarannya produsen sudah mensortir telur tersebut berdasarkan kelasnya, sehingga pedagang pengumpul bisa langsung membawa telur yang sudah dibelinya tanpa harus mensortir ulang. Dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan produsen lainnya, banyak lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran telur ayam ras Sony Farm tersebut, selain itu lokasi pemasaran telur ayam ras ini berjauhan, sehingga akan berpengaruh pada nilai margin dan pendapatan peternak ayam ras petelur. penguasaan akses informasi tentang pasar bagi peternak lemah dan juga rantai tataniaga untuk produk peternakan panjang maka akan dikaji efisiensi tataniaga yang berhubungan dengan penetapan harga ditingkat konsumen, kaitannya dengan margin dan pola saluran pemasaran.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis EfisiensiTataniaga Telur Pada Usaha Peternakan Ayam Petelur SONY Farm Di Kabupaten Limapuluh Kota**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran telur Sony Farm di kecamatan Payakumbuh
2. Berapakah margin pemasaran yang dilalui pada masing-masing lembaga pada setiap saluran pemasaran.
3. Bagaimana efisiensi tataniaga pada usaha ayam petelur Sony Farm dikecamatan payakumbuh.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penaelitian ini adalah;

1. Mengetahui saluran pemasaran telur ayam Sony Farm di kecamatan Payakumbuh..
2. Untuk mengetahui margin yang dilalui pada masing-masing lembaga pada saluran pemasaran.
3. Untuk mengetahui efisiensi tataniaga pada usaha ayam petelur Sony Farm dikecamatan payakumbuh.

1.4. Manfaat Penelitian.

Manfaat bagi peneliti adalah, dapat menambah dan memperluas kemampuan analisis tentang Tata Niaga dan Margin pemasaran.

Bagi peternak, bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam pemasaran telur.

Bagi konsumen, bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pemilihan tempat pembelian telur ayam ras.

