

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan peternakan di Kota Padang memiliki prospek yang cerah dimasa yang akan datang, hal ini disebabkan karena besarnya jumlah penduduk sehingga permintaan akan produk peternakan seperti daging, telur dan susu akan semakin meningkat pula. Salah satu sub sektor peternakan yang berperan dalam penyediaan protein hewani adalah bidang perunggasan. Telur merupakan salah satu bahan pangan hewani yang lengkap gizinya. Dengan tingginya konsumsi telur oleh masyarakat mengakibatkan peternakan ayam skala kecil, menengah dan industri ayam modern.

Dalam upaya pemenuhan sumber protein hewani masyarakat, maka sistem penyaluran telur dari produsen ke tangan konsumen menjadi salah satu proses yang harus diperhatikan. Karena penjualan merupakan fungsi subsistem pemasaran. Usaha penjualan mencakup serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam proses pemindahan hak milik produk dari produsen atau lembaga perantara pemasaran yang mempunyai hak kepemilikan kepada konsumen (Sa'id dan Intan,2001). Untuk mewujudkan sistem pemasaran yang baik.

Telur ayam ras merupakan salah satu produk pangan hasil ternak yang mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam pemenuhan gizi masyarakat. Di samping harganya relatif murah telur ayam ras juga mempunyai kandungan gizi tinggi. Kondisi ini menyebabkan permintaan telur ayam ras oleh masyarakat dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan.

Peternakan Tri Suri Indah Farm melakukan pemasaran telur ke Pasar Raya dan Pasar Bandar Buat. Telur yang dipasarkan ke Pasar Raya sebanyak 8100 butir telur per minggu, dijual dengan harga Rp1080 kepada pedagang grosir. Telur tersebut kemudian disalurkan kepada 4 orang pedagang pengecer, dan 1 orang konsumen lembaga.

Telur yang dipasarkan ke Pasar Bandar Buat yaitu sebanyak 6600 butir telur per minggu, dengan harga Rp 1020 kepada pedagang grosir. Telur tersebut kemudian disalurkan kepada 6 orang pedagang pengecer dan 2 orang konsumen lembaga dan konsumen yang belanja di pasar.

Perbedaan harga di tingkat produsen, mempengaruhi harga pada rantai pemasaran berikutnya. Harga pada tingkat lembaga pemasaran akan tergantung juga pada biaya pemasaran yang dikeluarkan dan proses pemasaran yang dilakukan. Oleh karena itu perlu dilihat proses pemasaran yang dilakukan ke setiap pasar/sasaran lembaga pemasaran dan biaya pemasaran apa saja yang dikeluarkan, sehingga akan terlihat apakah terdapat perbedaan harga di tingkat konsumen akhir dari dua pasar tersebut.

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang berhubungan langsung dengan produsen, dalam menjalankan usaha mereka bersifat aktif mencari dan menghubungi sumber-sumber penawaran dari satu tempat ketempat lainnya bahkan dari satu peternak kepeternak lainnya. Melalui penjualan dengan pedagang pengumpul merupakan cara yang paling banyak digunakan oleh peternak dalam penjualan telur ayam rasnya.

Hal ini dipilih oleh peternak karena kemudahan yang diperoleh diantaranya sistem pembayaran yang dilakukan bisa secara tunai atau bayar

dengan uang muka, juga bisa setelah barang laku, bahkan bisa dibayar secara kredit yang diangsur beberapa kali, tergantung pada perjanjian yang dilakukan. Jika ada peternakan yang masih kecil pedagang pengumpul bersedia memberikan pinjaman dengan perjanjian hasil ternak tersebut tidak boleh dijual pada pedagang lain.

Dengan tidak adanya aturan /kesepakatan yang mengikat, tetap muncul beberapa permasalahan, peternak memang merasa manfaat dari kerjasama tersebut salah satu contoh dimudahkan dalam hal aspek pasar, dan sistem pembayarannya, namun sekaligus berada pada posisi yang terendah. Peternakan Tri Suri Indah Farm merupakan peternakan ayam ras petelur yang ada di Kota Padang tepatnya di Kecamatan Pauh Kota Padang.

Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin melihat bagaimana pedagang atau pengusaha ayam ras petelur terhadap hubungan kerja sama yang dilakukan dengan pedagang pengumpul, apa sebenarnya yang mendasari peternak melakukan hubungan kerjasama dengan pedagang pengumpul, meskipun tidak ada aturan yang jelas dan mengikat dalam hubungan kerja sama tersebut.

Dari keterangan diatas, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul” **Sistem pemasaran Telur Ayam Ras Pada Usaha Peternakan Tri Suri Indah Farm di Kecamatan Pauh, Kota Padang**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran telur pada usaha peternakan Tri Suri Indah Farm.
2. Berapa persentase distribusi di setiap saluran pemasaran yang ada

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran yang ada disetiap lembaga pemasaran
2. Untuk mengetahui persentase telur yang di jual oleh lembaga pemasaran

D. Manfaat Penelitian

Memberikan informasi dan pedoman bagi peternak dalam memasarkan telur ayam ras dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

