

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengembangan peternakan merupakan bagian dari pembangunan pertanian yang bertujuan untuk menyediakan bahan pangan, meningkatkan pendapatan dan meningkatkan devisa serta memperluas lapangan kerja bagi masyarakat pedesaan. Hal tersebut juga mendorong pembanguanaan sub sektor peternakan yang masih memerlukan banyak sentuhan tangan dari pemerintah. Sehingga dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan bangsa dimasa yang akan datang. Salah satu hasil dari peternakan yang berkontribusi dalam menyediakan kebutuhan makanan yang bersumber dari protein hewani diantaranya berupa susu, daging dan juga telur yang mempunyai nilai gizi tinggi (Zaini, 2011).

Ternak unggas merupakan hewan ternak yang mudah untuk dipelihara dan juga terhitung paling higienis jika dibandingkan dengan ternak yang lain, karena untuk membudidayakan ternak unggas tidak memerlukan lahan yang luas bahkan bisa dilakukan diperkarangan rumah atau juga bisa dilahan yang luas tergantung jumlah populasi skala usahanya. Dengan ini banyak peternak yang memanfaatkan kemudahan dalam membudidayakannya. Seperti yang kita ketahui ada banyak jenis unggas yang bisa dibudidayakan maupun dijadikan usaha, ada banyak jenis unggas yakni ayam bloiler, angsa, itik, ayam ras petelur, dan lain sebagainya. Ayam ras petelur memiliki potensi untuk terus dikembangkan dan dipasarkan karena pemeliharannya yang relatif mudah dan tidak begitu menguras kantong. Dalam usaha peternakan ayam ras

petelur, populasi skala usaha dapat mempengaruhi terhadap pendapatan, semakin besar skala usaha peternakan yang dijalankan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh dalam usaha tersebut, secara rasionalisasi semakin banyak pengeluaran yang dikeluarkan semakin banyak pula pendapatan atau hasil yang didapat. (Fitriani, 2012).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi untuk terciptanya kesehatan manusia, membuat laju pertumbuhan kebutuhan telur sebagai sumber protein hewani semakin meningkat setiap tahunnya. Telur merupakan komoditi tertinggi yang diminati masyarakat, hampir seluruh lapisan masyarakat di Indonesia menyukai dan menikmati telur sehingga antara pasokan barang yang ada dengan permintaan pasar sering kali membuat peternak bingung, disaat moment hari hari besar telur merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa ditinggalkan. Melihat permasalahan yang ada maka tidak heran jika perkembangan populasi ayam layer semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut BPS Jawa Timur (2019), menyatakan bahwa produksi telur ayam ras di daerah kabupaten tuban mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pada tahun 2017 produksinya sebanyak 5 282 453 menjadi 5 435 096 butir pada tahun 2018.

Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang harus dilalui oleh barang dari produsen ke agen, perantara atau juga dari pedagang besar terhadap pemakai, dalam hal ini yakni konsumen. Saluran distribusi merupakan hal pokok yang tidak bisa terlepas dari kegiatan perdagangan. Karena hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang didapat. Dalam

rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan. Bila ada kesalahan dalam memilih saluran distribusi, akan menghambat dalam menyalurkan barang atau jasa (Raharja dan Arifianti, 2013 : 119).

Kabupaten Tuban ialah salah satu Kabupaten di wilayah Jawa Timur yang terletak dibagian paling barat dengan luasan wilayah 183.944,561 Ha. Secara geografis, Kabupaten Tuban terletak pada koordinat 11130'-11235' BT dan 640'-718 LS, dengan panjang wilayah pantai 65 Km yang membentang dari arah timur di Kecamatan Palang sampai arah barat di wilayah Kecamatan Bancar serta luasan wilayah lautan meliputi 22.608 Km². Secara administrasi Kabupaten Tuban terbagi menjadi 20 Kecamatan dan 328 Desa/Kelurahan salah satunya Kecamatan Palang (RPUM Kabupaten Tuban).

Menurut (Kecamatan Palang dalam angka 2018) Kecamatan Palang merupakan salah satu Kecamatan yang berada dikawasan Kabupaten Tuban yang terdiri dari 19 Desa/Kelurahan, 54 Dusun, 456 Rukun Warga dan 114 Rukun Tetangga. Luas wilayah Kecamatan Palang sendiri mencapai 72,70 Km² yang terbagi menjadi beberapa bagian ditinjau dari segi penggunaan yakni 1754,8 lahan persawahan, 3160,2 sebagai lading pertanian, 786,4 untuk pekarangan rumah, 390,1 masih berupa hutan belantara, dan 401,8 digunakan untuk lahan petambak, serta 151,8 yang belum termasuk didalamnya. Melihat data diatas mayoritas masyarakat Kecamatan Palang bekerja sebagai petani,

peternak, dan juga nelayan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari 2 Desa yang ada di Kecamatan Palang yakni di desa Cepokorejo dan Desa Ketambul yang berpotensi untuk pengembangan produktifitas ayam ras petelur kedepannya. Secara Geografi Dua Desa tersebut masing-masing memiliki luas wilayah yakni Desa Cepokorejo 5,32 Km² dan Desa Ketambul 6,55 Km².

Permasalahan yang dihadapi oleh peternak ayam layer saat ini adalah banyaknya jalur pendistribusian yang membuat tidak seimbang antara kebutuhan produksi dan hasil produksi yang berdampak pada keuntungan peternak. Kemudahan dalam mendistribusikan hasil ternak (telur) adalah faktor utama untuk mendukung keberhasilan dari usaha peternak telur ayam layer khususnya di wilayah Kecamatan Palang. Namun hal itu juga tidak berarti jika peternak tidak mampu mengola dengan baik saluran pemasaran yang ada, dengan mengetahui margin pemasaran dari saluran pemasaran di wilayah Kecamatan Palang akan mempengaruhi pendapatan peternakan ayam ras petelur. Melihat permasalahan yang ada maka perlu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui margin pemasaran telur ayam ras yang ada di Kecamatan Palang, dan juga margin pemasaran yang ada di beberapa produsen telur ayam ras.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada bisa disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran telur ayam layer di Kecamatan Palang Kabupaten Tuban ?
2. Bagaimana margin pemasaran telur ayam layer di Kecamatan Palang Kabupaten Tuban ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui saluran pemasaran telur ayam layer di Kecamatan Palang Kabupaten Tuban .
2. Mengetahui margin pemasaran telur ayam layer di Kecamatan Palang Kabupaten Tuban .

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat yang secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu:

1.4.1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembang teknik perternakan, dan Sebagai bahan referensi guna mengembangkan margin pemasaran dan saluran pemasaran telur khususnya telur ayam layer.

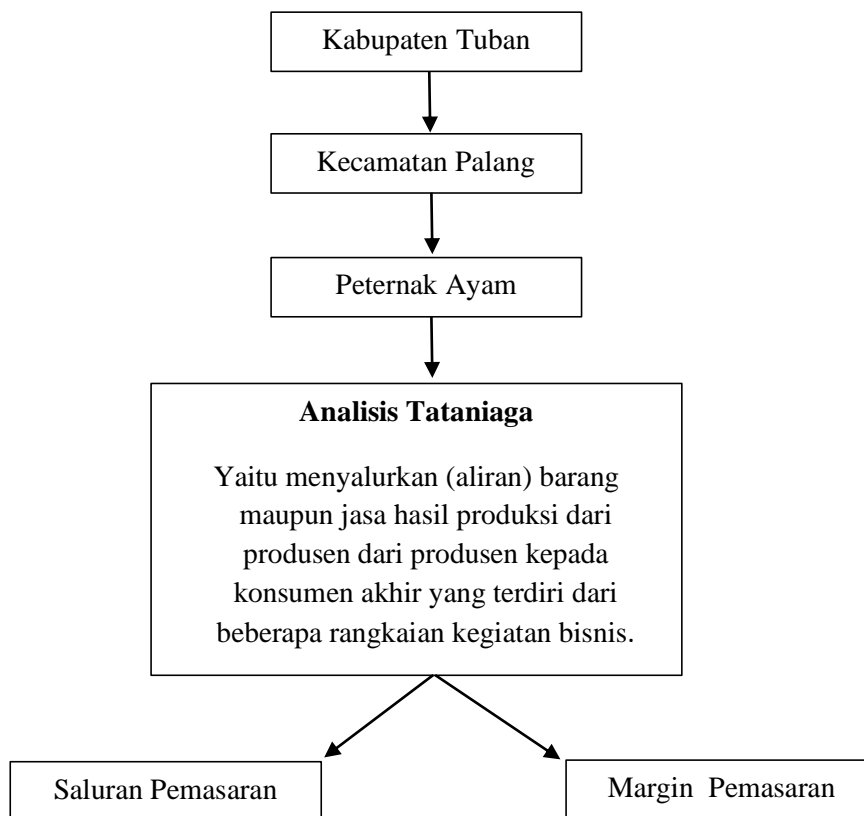
1.4.2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca tentang saluran dan margin pemasaran ayam layer terutama untuk segenap pengembang perternakan ayam layer, melalui penelitian ini diharapkan pembaca dan pengembang perternakan ayam layer dapat mengambil

nilai-nilai positif yang terdapat dalam penelitian ini dalam kehidupan sehari-hari.

1.5. Kerangka Berfikir

Kerangka Berfikir ini merupakan rancangan atau garis besar yang telah digagas oleh peneliti dalam merancang proses penelitian, Berikut adalah kerangka berfikir dari penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

1.6. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian dengan tema Analisis Tataniaga Ayam Layyer pada Kecamatan Palang Kabupaten Tuban, penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, maka dalam kajian kepustakaan ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dg Penelitian ini
1	SULFITRIAN 2020	Analisis Margin Pemasaran Telur Itik di Kelurahan Amparita Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap	a. Ada 3 saluran pemasaran yaitu : a) Produsen, pengumpul, konsumen. b) Produsen, pasar tradisional (local), konsumen. c) Produsen, pengumpul, pedagang ecer, konsumen.	a. Perbedaan di metode saluran pemasaran. b. Margin keuntungan di setiap saluran pemasaran.
2	FADILLAH 2018	Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras di Pasar Tradisional Kotamadya Tebing Tinggi	a. Menganalisa efesiensi saluran pemasaran yang dibuktikan dengan adanya	a. Hanya menganalisis saluran pemasaran ayam layyer dan ditemukan ada 4 saluran pemaaran.

			<p>temuan efisiensi di metode saluran. Produsen, pedagang pengepul, pedagang ecer, konsumen.</p> <p>b. Menganalisa saluran pemasaran dilihat dari margin pemasaran, farmer share, rasio keuntungan, dan biaya.</p>	<p>b. Menganalisis margin pemasaran ayam layer.</p>
3.	Adinata, dkk 2015	Analisis Tata Niaga Telur Ayam Ras (LAYER) Sistem Kemitraan UD. Jatinom Indah Kabupaten Blitar	<p>a. Penelitian menganalisis Sistem Kemitraan UD. Jatinom Indah Kabupaten Blitar</p>	<p>a. Penelitian ini menganalisis saluran pemasaran dan margin pada usaha peternakan telur ayam layer dengan sistem mandiri.</p>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut sama-sama membahas pemasaran untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran unggas baik ayam atau itik hal ini dapat dijadikan inovasi dalam penelitian. Penelitian terdahulu ini sangat berkontribusi untuk dijadikan acuan dan referensi bagi penelitian.