

ABSTRACT
MARKETING ANALYSIS OF BRILER EGGS
IN KEDUNGPRING DISTRICT

This research was conducted from 01 to 07 July 2021 on broiler breeders and traders involved in Kedungpring District. The purpose of this study was to determine the distribution flow of broiler eggs, the marketing elements involved, the profit *share* obtained by traders and the marketing efficiency received by laying hens breeders. This research method uses a *sampling* method (*purposive random sampling and proportional random sampling*). Data obtained by conducting direct observations and interviews with farmers and the elements involved in marketing. Then analyzed descriptively, namely research conducted to determine the value of independent variables, both one variable or more without making comparisons, it aims to determine the distribution flow of the elements involved and is analyzed quantitatively, namely research by obtaining data in the form of numbers or qualitative data that is numbered aiming to find out the elements involved, profit *share* obtained by traders and marketing efficiency received by farmers .

The results of this study indicate that the distribution line formed there are two patterns, namely pattern I and pattern II. In general, the difference between the two patterns lies in the purchasing capacity, for pattern I is dominated by traders, pattern II is dominated by consumer traders. The marketing elements involved include breeders - traders - consumers. The profit share obtained by the highest trader is equal to (%) because this trader buys eggs from farmers at a price of Rp. 22,000/Kg. Then it is resold to market consumers at a price of Rp. 24,000/Kg (adjusting the market price).

Keywords : Egg Marketing, Asr Chicken, Profit Sharing, Marketing Efficiency

RINGKASAN

ANALISIS PEMASARAN TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN KEDUNGPRING

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 01 sampai 07 Juli 2021 pada peternak ayam ras beserta pedagang yang terlibat di Kecamatan Kedungpring. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alur distribusi telur ayam ras, unsur-unsur pemasaran yang terlibat, *share* keuntungan yang di peroleh pedagang dan efisiensi pemasaran yang diterima peternak ayam ras petelur. Metode penelitian ini menggunakan metode *sampling (purposive random sampling dan proposional random sampling)*. Data diperoleh dengan melakukan observasi dan interview langsung kepada peternak beserta unsur yang terlibat dalam pemasaran. kemudian dianalisis secara deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan bertujuan untuk mengetahui alur distribusi beserta unsur yang terlibat. dan dianalisis secara kuantitatif yaitu penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur yang terlibat, *share* keuntungan yang diperoleh pedagang dan efisiensi pemasaran yang diterima peternak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alur distribusi yang terbentuk terdapat dua pola yaitu pola I dan pola II. secara umum perbedaan kedua pola tersebut terletak pada kapasitas pembeliannya, untuk pola I didominasi pedagang, pola II didominasi pedagang konsumen. Unsur-unsur pemasaran yang terlibat diantaranya adalah Peternak - pedagang - konsumen. *Share* keuntungan yang diperoleh pedagang tertinggi adalah yakni sebesar (%) dikarenakan pedagang ini membeli telur dari peternak dengan harga Rp. 22.000/Kg. Kemudian dijual kembali kepada konsumen pasar dengan harga Rp.24.000/Kg (menyesuaikan harga pasar).

Kata kunci : Pemasaran telur, Ayam asr, *Share* Keuntungan, Efisiensi Pemasaran.