

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE TRADING SYSTEM OF QUICUL EGGS OWNED BY FARM BUDI IN LOPANG VILLAGE, KEMBANGBAHU DISTRICT, LAMONGAN REGENCY

This research was conducted from 02 to 30 April 2021 on quail egg farmers and traders involved in Budi's quail egg farm in Lopang Village, Kembangbahu District, Lamongan Regency. The purpose of this study is to understand the distribution flow of Mr. Budi's quail egg trading system, the marketing elements involved, the profit share that traders get and the marketing efficiency obtained by quail egg breeders. This research method uses a sampling method (purposive random sampling and proportional random sampling. The data can be obtained by carrying out direct observations and interviews with farmers and the elements involved in marketing. Then it is analyzed descriptively, namely research conducted to get the value of independent variables, both one variable and one variable). more without making comparisons aiming to understand the distribution flow of the elements involved and quantitatively analyzed, namely research by obtaining data in the form of numbers or qualitative data that is numbered with the intention of knowing the elements involved, the share of profits obtained by traders and the efficiency of marketing received breeders The results of this study indicate that the distribution channel formed there is one pattern, namely pattern I. For pattern I is dominated by wholesalers (collectors), markets (sellers and retailers), retailers (stores) and then consumers. involved include quail egg breeders (producers) - wholesalers (prngepul) - markets (sellers and retailers) - retailers (stores) and consumers. The profit share obtained by the highest traders is market traders (sellers and retailers) which is equal to (7.0%) because these traders buy quail eggs from wholesalers (collectors) at a price of Rp. 21,000/Kg. Then it is resold to final consumers/consumers in the market as well as to retailers (stores) at a price of Rp. 22,000/Kg (adjusting the market price), while the lowest profit share is obtained by retailers (stores) because this element buys quail eggs at a price of Rp. . 22,000 – 23,000/Kg from market traders (sellers and retailers) and resold to consumers at a price of Rp.22,000-2300/Kg + losses caused by rotting eggs or breaking during travel, so the larger the livestock population, the more efficient the marketing received by breeders.

Key words: Commerce, Mr. Budi's quail eggs, Profit Sharing, Marketing Efficiency.

RINGKASAN

ANALISIS TATA NIAGA TELUR PUYUH MILIK BAPAK BUDI DI DESA LOPANG KECAMATAN KEMBANGBAHU KABUPATEN LAMONGAN

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 02 sampai 30 April 2021 pada peternak telur puyuh beserta pedagang yang terlibat di peternakan telur puyuh milik bapak budi di Desa Lopang Kecamatan Kembangbahu Kabupaten Lamongan. Maksud dari penelitian ini ialah untuk memahami alur dsitribusi tataniaga telur puyuh milik bapak budi , unsur-unsur pemasaran yang terlibat, *share* keuntungan yang di dapat pedagang dan efisiensi pemasaran yang di peroleh peternak telur puyuh . Metode penelitian ini menggunakan metode *sampling (purposive random sampling dan proposional random sampling)*. Data di dapat dengan melaksanakan observasi dan interview langsung kepada peternak beserta unsur yang terlibat dalam pemasaran. kemudian dianalisis secara deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendapat nilai variabel mandiri baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan bertujuan untuk memahami alur distribusi beserta unsur yang terlibat. dan dianalisis secara kuantitatif yaitu penelitian dengan mendapatkan data yang berupa angka atau data kualitatif yang diangkakan bermaksud supaya mengetahui unsur-unsur yang terlibat, *share* keuntungan yang didapat pedagang dan efisiensi pemasaran yang diterima peternak Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alur distribusi yang terbentuk terdapat satu pola yaitu pola I. untuk pola I didominasi pedagang besar (pengepul), pasar (penjual dan pengecer), peagang pengecer (toko) kemudian konsumen. Unsur-unsur pemasaran yang terlibat diantaranya adalah Peternak telur puyuh (produsen) - Pedagang Besar (prngepul)-Pasar (penjual dan pengecer)-pedagang pengecer (toko) dan konsumen. Share keuntungan yang diperoleh pedagang tertinggi adalah pedagang pasar (penjual dan pengecer) yakni sebesar (7,0%) dikarenakan pedagang ini membeli telur puyuh dari pedagang besar (pengepul) dengan harga Rp. 21,000/Kg. Kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir/konsumen di pasar maupun kepada pedagang pengecer (toko) dengan harga Rp.22.000/Kg (menyesuaikan harga pasar), Sedangkan Share keuntungan terendah di peroleh pedagang pengecer (toko) dikarenakan unsur ini membeli telur puyuh dengan harga Rp. 22.000 – 23.000/Kg dari pedagang pasar (penjual dan pengecer) dan dijual kembali kepada konsumen dengan harga Rp.22.000-2300/Kg + kerugian yang didapat karna kebusukan telur maupun pecah saat perjalanan, jadi semakin besar populasi ternak maka semakin efisien pemasaran yang diterima oleh peternak.

Kata kunci : Tata Niaga, telur puyuh milik bapak budi, Share Keuntungan, Efisiensi Pemasaran.