

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Telur merupakan bahan pangan yang sempurna, karena mengandung zat-zat gizi yang lengkap bagi pertumbuhan makhluk hidup. Keunggulan telur sebagai produk peternakan yang kaya akan gizi juga mempunyai suatu kendala karena termasuk bahan pangan yang mudah rusak. Kerusakan dapat berupa kerusakan fisik, kimia, dan kerusakan yang disebabkan oleh serangan mikroba melalui pori-pori kerabang telur. Kualitas telur dapat dilihat secara eksternal dan internal. Kualitas eksternal telur difokuskan pada berat telur, indeks telur, tebal kerabang. Sedangkan kualitas internal telur difokuskan pada warna kuning telur. Telur ayam ras dan buras memiliki kandungan gizi yang tidak berbeda jauh. Kandungan protein, lemak, karbohidrat, abu, kadar air pada telur ayam ras masing-masing: 12,7%, 11,3%, 0,9%, 1,0%, 73,7% (Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI, 1989). Permintaan telur atau konsumen dipengaruhi oleh kualitas telur, sementara kualitas telur sangat dipengaruhi oleh faktor keturunan, pakan, sistem pemeliharaan, iklim dan umur telur (Suprapti, 2002). Agar kualitas telur tetap terjaga sampai ketangan konsumen, maka dilakukan kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan secara menyeluruh dan secara terpadu dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah institusi/organisasi dalam menjalankan usaha agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan cara membuat produk yang memiliki nilai jual, menetapkan harga, mengkomunikasikan, dan harus mendistribusikannya melalui kegiatan pertukaran untuk dapat memuaskan konsumen dan perusahaan. Pemasaran telur yang dilakukan oleh produsen

biasanya menggunakan berbagai lembaga pemasaran agar produk telur ayam ras sampai ketangan konsumen, dengan harga yang wajar dan lembaga pemasaran yang terlibat masih mampu menjalankan fungsi pemasaran secara baik dan efisien.

Kebutuhan telur ayam ras di Kabupaten Kutai Timur mencapai 30.000 butir/hari sementara produk telur masih sangat kekurangan, sehingga pemerintah daerah harus mengimpor telur dari luar Kutai Timur, bahkan dari pulau Jawa dan Sulawesi (Dinas Pertanian dan Peternakan Kutim, 2016). Sebanyak 2.444,54 butir, pada tahun 2018 terdapat sebanyak 2.657,89 butir. Sementara produksi telur ayam ras di Sangatta Utara masih sangat terbatas karena usahanya hanya sebagai sampingan saja oleh karena itu, dalam rangka menjaga ketersediaan telur dipasar peran pedagang sangatlah penting.

Tingkat produksi telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara bisa dikatakan masih kurang, maka dari pada itu pemerintah harus melakukan kebijakan dengan cara mengimpor dari luar pulau salah satunya dari Sulawesi agar kebutuhan konsumsi telur pada masyarakat bisa terpenuhi dan bisa mengimbangi permintaan akan kebutuhan konsumsi telur pada masyarakat. Permintaan telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara cukup tinggi dan semakin meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Kutai Timur, dari tahun 2016-2018, bahwa pada tahun 2016 jumlah konsumsi sebanyak 2.103.96 butir, pada tahun 2017 sebanyak 2.444.54 butir, dan pada tahun 2018 terdapat sebanyak 2.657.89 butir telur yang dikonsumsi oleh masyarakat. Kebutuhan telur ayam di wilayah Sangatta (Kutai Timur) cukup

tinggi, sehingga pemerintah harus mengimpor dari daerah lain seperti pulau Jawa dan Sulawesi.

Penjualan atau pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara biasanya dilakukan dengan cara penjual besar dan penjual kecil mengecerkan kepada setiap konsumen, dimana penjual besar (produksi) menjual telur kepada pengecer dengan sistem per ikat, dimana 1 ikat terdapat 9 piring, kemudian pengecer menjual kepada pembeli biasa dengan sistem per piring dan per biji. Biasanya untuk harga pengecer mendapatkan harga yang bisa dikatakan masih bisa untuk di jual kembali kepada masyarakat dan bisa mendapatkan untung.

Dari uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat kebutuhan masyarakat akan konsumsi telur ayam ras lebih tinggi dibandingkan produksi yang dihasilkan oleh peternak, maka dari itu pemerintah harus mengeluarkan kebijakan untuk mengimpor telur ayam ras dari luar daerah seperti Jawa dan Sulawesi. Maka dalam segi pemasaran telur ayam ras merupakan salah satu usaha yang menjanjikan dikarenakan begitu banyak konsumen yang mengkonsumsi dan bisa dikatakan sebagai salah satu kebutuhan makanan pokok para masyarakat oleh karena itu peneliti tertarik mengetahui penelitian tentang pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan beberapa masalah yaitu:

1. Darimana wilayah sumber produsen telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara ?

2. Bagaimana saluran pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara ?
3. Berapa biaya pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara ?
4. Berapa margin pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara ?
5. Berapa keuntungan pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi sumber produsen telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara
2. Mengetahui saluran pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara
3. Menghitung biaya pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara
4. Menghitung margin pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara
5. Menghitung keuntungan pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan, memperluas wawasan dan kemampuan, khususnya mengenai efisiensi pemasaran usaha ayam petelur serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Sekolah Tinggi Pertanian Kutai Timur.
2. Bagi Pemerintah Kabupaten Kutai Timur, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam hal efisiensi pemasaran.