

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KERAGAAN PEMASARAN TELUR AYAM RAS (Studi Pemasaran Telur Pada CV. Bagja Sadaya dan CV. Silayung)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi. Di dalam skripsi ini, penulis mendeskripsikan latar belakang penelitian, pengidentifikasian masalah, penetapan tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan pendekatan masalah untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian. Bagaimana cara yang ditempuh dalam penelitian, hingga pada akhirnya mendapatkan hasil penelitian mengenai keragaan pemasaran telur ayam ras.

Atas dukungan dan bantuan yang diberikan selama penyusunan skripsi ini sebagaimana harusnya penulis mengucapkan banyak terimakasih Kepada Dedi Darusman Ir., M.Sc Ketua Komisi Pembimbing dan H. M. Iskandar Mamoen, Ir., M.S. sebagai Anggota Komisi Pembimbing, terimakasih juga Kepada Hj.Tenten Tedjaningsih, Ir., M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan Suyudi, SP., M.P. selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Dan terimakasih juga Kepada Dr.Hj.Ida Hadiyah, Ir., M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi, seluruh Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.

Ucapan terima kasih yang sebesar besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya disampaikan juga kepada Bapak tersayang Rendi Wahyudin dan Mamah tercinta Emma Rosmalina yang dengan kasih sayangnya selalu memberi doa, motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Tak lupa penulis juga ucapkan terimakasih banyak kepada Bapak Fauzan Wahyu selaku pemilik CV. Bagja Sadaya dan Bapak H. Bambang selaku pemilik CV. Silayung yang telah mengizinkan dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis

ucapkan kepada sahabat-sahabat terdekat atas dukungan serta motivasi yang kalian berikan dan kepada seluruh teman-teman seperjuangan Faperta 14 Universitas Siliwangi yang telah banyak membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini dan menemukan arti pentingnya persahabatan.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk kemajuan penulis di masa yang akan datang serta penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Tasikmalaya, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, PENDEKATAN MASALAH	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Peternakan Ayam Petelur	7
2.1.2 Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur	8
2.1.3 Pemasaran Telur Ayam Ras	9
2.1.4 Pasar Tradisional dan Pasar Modern	12
2.2 Pendekatan Masalah	13
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2 Metode Penelitian	16
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	16
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	16
3.5 Kerangka Analisis	18
BAB IV. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Keadaan Umum Daerah Perusahaan	20
4.1.1 Keadaan Umum Tasikmalaya	20
4.1.2 Keadaan Penduduk	21
4.1.2 Keadaan Umum Pasar Cikurubuk	21
4.2 Keadaan Objek Penelitian	22

4.2.1 Profil Responden Pedagang Pasar Modern.....	22
4.2.2 Sejarah Perusahaan.....	23
4.2.3 Profil Responden Pedagang Pasar Tradisional	23
4.2.4 Sejarah Perusahaan.....	24

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras	25
5.2 Fungsi Pemasaran.....	26
5.2.1 Pedagang Pengumpul CV. Bagja Sadaya	27
5.2.2 Pedagang Pengecer.....	28
5.2.3 Pedagang Pengumpul CV. Silayung.....	29
5.2.4 Pedagang Pengecer	29
5.3 Margin Pemasaran Telur Ayam Ras.....	30
5.4 Persentase Biaya Pemasaran	32
5.5 Persentase Keuntungan.....	35
5.6 Sistem Penentuan Harga dan Cara Pembayaran	36

BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan.....	38
6.2 Saran.....	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.	Populasi Ternak Ayam Ras Petelur (ekor) Tahun 2016.....	2
2.	Waktu Penelitian.....	15
3	Fungsi Pemasaran Pedagang Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	27
4	Margin Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Saluran Pemasaran Pasar Modern	30
5	Margin Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Saluran Pemasaran Pasar Tradisional	31
6	Persentase Biaya Pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran.....	33
7	Persentase Keuntungan Pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran	35

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.	Saluran Pemasaran Barang Konsumsi	12
2	Saluran Pemasaran Telur	25

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1	Gambar Sketsa Kecamatan Mangkubumi.....	41
2	Perhitungan Margin Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Pedagang Pasar Modern	42
3	Perhitungan Margin Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Pedagang Pasar Modern.....	43
4	Perhitungan Biaya Pemasaran Pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	44
5	Perhitungan Persentase Biaya Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	57
6	Perhitungan Persentase Keuntungan Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional	49
7	Perhitungan Persentase Bagian Biaya dan Keuntungan Pemasaran Terhadap Besarnya Margin Pada Setiap Saluran Pemasaran.....	50