

## **ABSTRAK**

### **KERAGAAN SALURAN PEMASARAN TELUR AYAM RAS (Suatu Kasus Pemasaran Pada Sari Tani Farm)**

**Oleh**  
**ZIAD RAHMAN**  
**145009133**

**Dibawah Bimbingan:**  
**Dr. H. Dedi Sufyadi, Ir., M.S.**  
**Eri Cahrial, Ir., M.P.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan pola saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran telur ayam ras dari Sari Tani Farm. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah survei. Jumlah responden yang terpilih sebanyak 44 orang terdiri dari peternak dan pedagang telur. Jumlah responden peternak sebanyak satu orang yang ditentukan dengan cara *purposive method*. Jumlah responden pedagang sebanyak 43 responden dengan *snowball sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran yang terbentuk sebanyak tiga pola saluran pemasaran, yaitu pola saluran pemasaran satu tingkat produsen – pedagang pengecer – konsumen, kemudian pola saluran dua tingkat produsen – pedagang besar - pedagang pengecer – konsumen dan pola saluran tiga tingkat produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen.

Dari hasil penelitian, menunjukkan margin pemasaran yang diperoleh adalah pola saluran pemasaran satu tingkat Rp 1.550,00, pola saluran dua tingkat Rp 1.948,00 dan pola saluran tiga tingkat Rp 2.750,00. Pada nilai *farmer's share* diperoleh hasil saluran pemasaran satu tingkat sebesar 93,13 persen saluran dua tingkat 91,51 persen dan saluran tiga tingkat sebesar 88,42 persen. Serta seluruh saluran pemasaran yang terjadi termasuk kategori efisien.

Kata kunci: telur, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*.

## **ABSTRACT**

### **THE PERFORMANCE OF PUREBRED CHICKEN EGGS MARKETING CHANNEL**

**(A Case of Marketing on Sari Tani Farm).**

**By**

**ZIAD RAHMAN**

**145009133**

**Advised by**

**Dr. H. Dedi Sufyadi, Ir., M.S.**

**Eri Cahrial, Ir., M.P.**

The purpose of this study was to determine the pattern of marketing channels, marketing margins, farmer's share and the efficiency of purebred chicken eggs marketing from Sari Tani Farm. The method used in research is a survey. The numbers of respondents selected in this study are 44 people which consist of breeders and merchants of the egg. The number of respondents of the breeder is one person determined by means of purposive method. For the number of respondents of the merchants consist of 43 respondents with Snowball Sampling.

The research results show that the pattern of marketing channels that form three patterns of marketing channels, namely the marketing channel pattern of one level manufacturers – retailer – consumer, the marketing channel pattern of two level manufacturers – large merchant – retailers – consumer and the marketing channel pattern of three level manufacturers – merchants gatherers – large merchant – retailers – consumers.

From the results of the study, it is showed that the marketing margin obtained are the one level of marketing channel pattern Rp. 1,550,00, the two level of channel patterns Rp. 1,948,00 and the three level of channel patterns Rp 2,750,00. On the value of farmer's share obtained the results of marketing channels one level is 93,13 percent, for the two level channel is 91,51 percent, and for the three level is 88,42 percent. And all marketing channels that occur include the category of efficient.

**Keywords:** eggs, channel marketing, marketing margins, farmer's share.