

## ABSTRAK

### SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TELUR AYAM RAS

Oleh  
**Nazla Akmalrasya Haddiya Sunardi**  
**195009068**

**Pembimbing**  
**Tenten Tedjaningsih**  
**Tedi Hartoyo**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran telur ayam ras, fungsi pemasaran, margin, biaya, dan keuntungan pemasaran, serta efisiensi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menganalisis saluran pemasaran, fungsi pemasaran, analisis biaya, keuntungan, margin, distribusi margin dan *farmer's share*, serta analisis efisiensi pemasaran. Tempat penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu di Cibunigeulis Farm. Penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Juli 2023. Lembaga pemasaran yang berperan sebagai responden ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran, yaitu saluran satu tingkat : Peternak – Pedagang Pengecer – Konsumen, Saluran dua tingkat : Peternak – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer di saluran satu tingkat yaitu fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, sortasi, pembiayaan, risiko, serta informasi pasar. Pedagang besar di saluran dua tingkat melakukan fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, pembiayaan, serta informasi pasar, untuk pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, sortasi, pembiayaan, serta informasi pasar. Biaya pemasaran saluran satu dan dua tingkat masing- masing sebesar Rp. 442,04 dan Rp. 1.723,37. Keuntungan pemasaran saluran satu dan dua tingkat masing-masing sebesar Rp. 4.557,96 dan Rp. 4.276,63. Margin pemasaran pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar Rp. 6.000 dan saluran pemasaran dua tingkat sebesar Rp. 5.000. Distribusi margin saluran pemasaran satu tingkat untuk biaya dan keuntungan pemasaran yaitu 8,85 persen dan 91,15 persen, saluran pemasaran dua tingkat untuk biaya dan keuntungan pemasaran yaitu 28,72 Persen dan 71,27 persen. *Farmer's share* pada saluran satu tingkat adalah 80,6 persen dan pada saluran pemasaran dua tingkat adalah 83,3 Persen. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran satu tingkat yakni sebesar 1,47 persen.

Kata kunci : saluran pemasaran, efisiensi pemasaran, telur ayam ras

## **ABSTRACT**

### **CHANNELS AND MARKETING EFFICIENCY OF CHICKEN EGGS**

**By**

**Nazla Akmalrasya Haddiya Sunardi  
195009068**

**Supervisor  
Tenten Tedjaningsih  
Tedi Hartoyo**

This research aims to determine the marketing channels of purebred chicken eggs, marketing functions, margins, costs and marketing profits, as well as marketing efficiency. This study uses a survey method by analyzing marketing channels, marketing functions, analysis of costs, profits, margins, distribution of margins and farmer's share, as well as analysis of marketing efficiency. The research location was determined purposively, namely at Cibunigeulis Farm. The research was conducted from January to July 2023. The marketing agencies that acted as respondents were determined using the snowball sampling method.

The results of the research show that there are two marketing channels, namely one level channel: Farmer – Retailer – Consumer, Two level channel: Farmer – Wholesaler – Retailer – Consumer. The marketing functions carried out by retailers at one level channel are the functions of purchasing, selling, transporting, sorting, financing, risk, and market information. Wholesalers in the two-level channel carry out the functions of buying, selling, transporting, financing, and market information, while retailers carry out the functions of buying, selling, transporting, sorting, financing, and market information. One-level and two-level channel marketing costs Rp. 442.04 and Rp. 1723,37. One-level and two-level channel marketing profits each Rp. 4,557.96 and Rp. 4,276.63. The marketing margin on one level marketing channel is Rp. 6,000 and a two-level marketing channel of Rp. 5,000. The distribution of one-level marketing channel margins for marketing costs and profits is 8.85 percent and 91.15 percent, two-level marketing channels for marketing costs and profits are 28.72 percent and 71.27 percent. Farmer's share on the one-level channel is 80.6 percent and on the two-level marketing channel is 83.3 percent. The most efficient marketing channel is a one-level marketing channel that is equal to 1.47 percent.

Keywords : marketing channels, marketing efficiency, chicken eggs