

Strategi dan Tantangan Manajemen Rantai Pasok Produk Telur Ayam Ras : Suatu Tinjauan Literatur Sistematis

(Strategies and Challenges in the Supply Chain Management of Breed-Specific Chicken Eggs: A Systematic Literature Review)

Debora Natalia¹, Diyana Linasari², Lala Wulandari³, Zian Fachrian ⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IGI¹²³⁴

debora.natalia@gmail.com¹, diyanamendoza88@gmail.com²,

lalawulandari56@gmail.com³, zian.fachrian@stie-igi.ac.id⁴



Article Revision History:

Received on 25 Juni 2026

1st Revision on 29 Juni 2026

2nd Revision on 7 Juli 2026

Accepted on 13 Juli 2026

Doi :

<https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v4i3.252>

Abstract :

Objective: Supply chain management plays a crucial role in ensuring the availability and smooth distribution of commercial chicken eggs, which are a widely consumed food commodity. Various studies on the commercial chicken egg supply chain have been conducted, but they generally address aspects of supply chain management, distribution, or marketing separately. This study aims to identify, analyze, and synthesize research findings on supply chain management strategies and challenges for commercial chicken eggs using a Systematic Literature Review (SLR) approach.

Methods: This study employed a systematic literature review method in accordance with the 2020 Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) guidelines. Articles were obtained through a literature search in several scientific databases using keywords related to supply chain management, distribution, marketing, and commercial chicken eggs. Based on a selection process using inclusion and exclusion criteria, 14 articles were identified and analyzed as primary studies.

Research Results: The success of the commercial chicken egg supply chain is influenced by coordination among business actors, the integration of product, information, and financial flows, and effective distribution management. Commonly implemented distribution strategies include coordination among actors and the management of an

efficient distribution system, while marketing strategies focus on selecting marketing channels that can improve efficiency and the farmers' share.

The main challenges identified include fluctuations in feed prices, changes in market demand, supply disruptions, distribution delays, and fluctuations in commercial egg prices. This study concludes that the success of the commercial egg supply chain management requires good coordination among stakeholders, efficient distribution management, and marketing strategies capable of maintaining supply and price stability to support business sustainability.

Keywords: Supply Chain Management, Commercial Chicken Eggs, Distribution, Marketing, Systematic Literature Review.

Ciptaan disebarluaskan dibawah :



[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

1. Pendahuluan

Rantai pasok merupakan suatu sistem yang menghubungkan berbagai pelaku usaha dalam proses penyediaan suatu produk, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga produk diterima oleh konsumen akhir. Dalam suatu rantai pasok, setiap pelaku yang terlibat memiliki peran yang saling berkaitan sehingga kelancaran aliran produk, informasi, dan keuangan menjadi faktor penting dalam memenuhi kebutuhan juga permintaan pasar. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk saja, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pemilik usaha dalam mengelola seluruh aktivitas rantai pasok secara efektif.

Manajemen rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM) merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengelola seluruh aktivitas dalam rantai pasok agar setiap proses, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk diterima konsumen, dapat berjalan secara efektif dan efisien. Tujuan SCM adalah untuk mengkoordinasikan seluruh aktivitas yang terjadi di sepanjang rute rantai pasok agar produk dapat tersedia dengan jumlah yang sesuai, tetap memiliki kualitas yang

baik, dengan biaya yang efisien, dan waktu distribusi yang tepat (tidak terlalu lama namun tercepat sesuai kemampuan menempuh).

Keberhasilan manajemen rantai pasok dipengaruhi oleh hubungan kelembagaan antar pelaku usaha, mulai dari peternak, pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga pengecer ([Wahyuning 2011](#)). Pengelolaan rantai pasok yang baik juga harus memperhatikan sasaran pasarnya, juga struktur rantai pasok, proses bisnis, sumber daya, dan manajemen hubungan antar pelaku sehingga seluruh kegiatan dalam rantai pasok dapat berjalan secara terintegrasi ([Asnawati 2019](#)).

Salah satu komoditas pangan yang sangat bergantung pada keberhasilan manajemen rantai pasok adalah telur ayam ras. Telur ayam ras merupakan bahan pangan yang dikonsumsi hampir setiap hari oleh masyarakat karena memiliki kandungan gizi yang baik, harga yang relatif terjangkau, serta mudah diperoleh dibandingkan sumber protein hewani lainnya. Tingginya tingkat konsumsi menyebabkan permintaan telur ayam ras cenderung stabil sehingga ketersediaannya harus terus dijaga. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), distribusi perdagangan telur ayam ras di Indonesia melibatkan berbagai pelaku, mulai dari peternak, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang eceran, hingga konsumen akhir. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kelancaran rantai pasok menjadi faktor penting dalam menjaga ketersediaan telur ayam ras di berbagai wilayah.

Dalam praktiknya, pengelolaan rantai pasok telur ayam ras tidak hanya berkaitan dengan proses produksi, tetapi juga mencakup kegiatan distribusi. Manajemen rantai pasok telur ayam ras dimulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga pendistribusian produk kepada pedagang dan konsumen ([Pathiassana and Saputri 2022](#)). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan distribusi yang baik mampu menjaga ketepatan jumlah, kualitas, waktu, dan biaya penyaluran produk. Koordinasi aliran produk, informasi, dan keuangan antar pelaku menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan rantai pasok telur ayam ras ([Seto and Muflikh 2023](#)).

Meskipun demikian, proses distribusi masih menghadapi berbagai tantangan. Perbedaan lokasi peternakan, kondisi infrastruktur, keterlambatan pengiriman, serta perubahan permintaan pasar dapat memengaruhi kelancaran distribusi telur ayam ras. Selain itu, Fluktuasi harga pakan, gangguan pasokan bahan baku, dan perubahan permintaan merupakan risiko yang dapat mengganggu kinerja rantai pasok (Kinasih and Immawan 2025). Peningkatan ketahanan rantai pasok juga memerlukan kolaborasi antar pelaku agar pasokan tetap terjaga ketika terjadi gangguan pada salah satu bagian rantai pasok (Saepullah, Febriani and Ramdhani 2025).

Selain distribusi, aspek pemasaran juga menjadi bagian penting dalam manajemen rantai pasok telur ayam ras. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan efisiensi penyaluran produk sekaligus memberikan keuntungan yang lebih baik bagi peternak. Saluran pemasaran yang lebih pendek mampu menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah dan *farmer's share* yang lebih tinggi (Tobaol, et al., 2018). Pemilihan saluran pemasaran yang tepat berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran telur ayam ras (Pangemanan, Lumy and Ooray 2022; Pangemanan, Lumy, Endoh and Ooray 2023). Di sisi lain, fluktuasi harga telur ayam ras masih menjadi tantangan karena dipengaruhi oleh perubahan biaya produksi, kondisi pasokan, permintaan pasar, dan distribusi antar-wilayah (Ilham and Saptana 2019), (Mubarak et al. 2024).

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, terlihat bahwa penelitian mengenai telur ayam ras di Indonesia masih cenderung membahas aspek manajemen rantai pasok, distribusi, maupun pemasaran secara terpisah. Padahal ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam menjaga kelancaran penyediaan telur ayam ras. Hingga saat ini, penelitian yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut melalui pendekatan *Systematic Literature Review* masih relatif terbatas. Diperlukan sintesis terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai strategi yang telah diterapkan serta tantangan yang masih dihadapi dalam pengelolaan rantai pasok produk telur ayam ras.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis berbagai hasil penelitian mengenai strategi dan tantangan manajemen rantai pasok produk telur ayam ras melalui metode *Systematic Literature Review* (SLR). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi manajemen rantai pasok telur ayam ras di Indonesia serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, pelaku usaha, maupun pihak terkait dalam meningkatkan efektivitas distribusi dan pemasaran telur ayam ras.

2. Landasan Teori

2.1 Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management* atau SCM) merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengelola seluruh aktivitas dalam proses penyediaan suatu produk, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga produk diterima oleh konsumen. Tujuan utama SCM adalah menciptakan koordinasi antar pelaku usaha sehingga aliran barang, informasi, dan keuangan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Keberhasilan manajemen rantai pasok dipengaruhi oleh hubungan antar pelaku usaha yang terlibat dalam proses penyediaan produk (Wahyuning 2011). Semakin baik koordinasi antara produsen, distributor, pedagang, dan konsumen, maka semakin tinggi pula peluang terciptanya rantai pasok yang efisien. Manajemen rantai pasok tidak hanya mengatur aliran produk, tetapi juga mencakup pengelolaan struktur rantai pasok, proses bisnis, sumber daya, serta hubungan antar pelaku usaha (Asnawati 2019).

Dalam konteks produk telur ayam ras, penerapan SCM menjadi sangat penting karena produk ini memiliki tingkat permintaan yang tinggi dan didistribusikan setiap hari. Koordinasi antar pelaku usaha menjadi faktor utama dalam menjaga kontinuitas pasokan dan kualitas produk hingga diterima oleh konsumen. Kajian mengenai manajemen rantai pasok pada penelitian ini menjadi dasar dalam menganalisis berbagai strategi yang diterapkan pada rantai pasok telur ayam ras.

2.2 Strategi dan Tantangan Distribusi

Distribusi merupakan salah satu aktivitas penting dalam rantai pasok karena berhubungan langsung dengan proses penyaluran produk dari produsen kepada konsumen. Strategi distribusi yang tepat dapat meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, menjaga kualitas produk, serta mengurangi biaya logistik.

Distribusi telur ayam ras mencakup kegiatan penyimpanan, pengangkutan, dan penyaluran produk kepada pedagang maupun konsumen ([Pathiassana and Saputri 2022](#)). Pengelolaan distribusi yang baik mampu menjaga ketepatan jumlah, kualitas, waktu, dan biaya pengiriman. Selain itu, koordinasi aliran produk, informasi, dan keuangan menjadi faktor utama dalam menjaga kelancaran distribusi ([Seto and Muflih 2023](#)).

Namun demikian, proses distribusi masih menghadapi berbagai tantangan. Fluktuasi harga pakan, keterlambatan distribusi, perubahan permintaan, serta gangguan pasokan merupakan risiko yang dapat menghambat kelancaran rantai pasok ([Kinasih and Immawan 2025](#)). Oleh karena itu, strategi distribusi yang baik harus mampu mengantisipasi berbagai risiko tersebut agar pasokan telur ayam ras tetap terjaga.

2.3 Strategi dan Tantangan Pemasaran

Pemasaran merupakan bagian dari rantai pasok yang berfungsi menyalurkan produk kepada konsumen melalui berbagai saluran pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan efisiensi distribusi sekaligus memberikan keuntungan yang lebih baik bagi peternak maupun pelaku usaha lainnya.

Saluran pemasaran yang lebih pendek cenderung menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah dan farmer's share yang lebih tinggi sehingga dinilai lebih efisien ([Tobaol et al., 2018](#)). Pemilihan saluran pemasaran berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran telur ayam ras ([Pangemanan, Lumy and Ooray 2022](#)), ([Pangemanan, et al., 2023](#)).

Selain strategi pemasaran, fluktuasi harga juga menjadi salah satu tantangan utama. Perubahan harga telur ayam ras dipengaruhi oleh kondisi pasokan, permintaan, distribusi, serta perubahan harga pakan (Ilham and Saptana 2019). Stabilitas harga juga memerlukan koordinasi yang baik antar pelaku rantai pasok agar pasokan tetap seimbang dengan kebutuhan pasar (Mubarok et al. 2024).

Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini menggunakan aspek strategi pemasaran dan tantangan pemasaran sebagai salah satu dasar dalam melakukan sintesis hasil penelitian mengenai pengelolaan rantai pasok produk telur ayam ras.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan mengidentifikasi, menyeleksi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai hasil penelitian yang relevan terhadap topik tertentu secara sistematis. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perkembangan penelitian, menemukan kesamaan maupun perbedaan hasil penelitian, serta mengidentifikasi peluang penelitian selanjutnya.

Proses penyusunan SLR pada penelitian ini mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020. Tahapan penelitian meliputi identifikasi artikel, proses penyaringan (*screening*), penentuan kelayakan (*eligibility*), dan penetapan artikel yang digunakan sebagai sumber utama dalam penelitian.

3.1 Cara Pengumpulan dan Penyaringan Jurnal

Pencarian literatur dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2026 melalui beberapa sumber ilmiah yang dapat diakses secara terbuka, seperti Google Scholar, Garuda, Crossref, DOAJ, dan basis data jurnal nasional maupun internasional lainnya. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian antara lain; "rantai pasok telur ayam ras", "manajemen rantai pasok telur ayam ras", "*supply chain management egg*", "distribusi

telur ayam ras", "pemasaran telur ayam ras", "efisiensi pemasaran telur ayam ras", "*food supply chain network egg*".

Kata kunci tersebut disesuaikan dengan fokus penelitian, yaitu strategi dan tantangan manajemen rantai pasok produk telur ayam ras.

3.2 Kriteria Penyaringan Jurnal

Proses penyaringan dilakukan secara ketat untuk memastikan bahwa seluruh artikel yang dipilih memiliki hubungan yang erat dan memenuhi standar kualitas ilmiah yang sesuai dengan fokus penelitian. Kriteria seleksi tersebut digolongkan ke dalam dua kriteria inklusi dan eksklusi :

3.2.1 Kriteria Diterima (Inklusi)

Artikel ilmiah harus membahas telur ayam ras, manajemen rantai pasok, distribusi, dan atau pemasaran. Artikel yang diambil merupakan jurnal ilmiah yang memiliki naskah lengkap (*full text*), berbahasa Indonesia atau Inggris, dan relevan dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Kriteria Ditolak (Eksklusi)

Artikel yang membahas rantai pasok komoditas lain seperti daging ayam, susu, atau telur ayam kampung (komoditas selain telur ayam ras) langsung dieliminasi dari daftar. Jurnal yang tidak berkaitan dengan rantai pasok, distribusi, maupun pemasaran juga dieliminasi. Jurnal yang tahun terbitnya sudah terlalu tua, berisi opini tanpa data empiris, atau isinya hanya membahas teknis cara memelihara ayam di kandang tanpa menyinggung jalur distribusinya juga tidak dimasukkan. Artikel yang hanya tersedia dalam bentuk abstrak, yang tidak dapat diakses secara lengkap, dan yang tidak sesuai dengan fokus penelitian juga tidak termasuk dalam kriteria penerimaan.

3.3 Proses Seleksi dan Pengumpulan Data

Proses seleksi artikel dilakukan menggunakan tahapan PRISMA 2020. Pada tahap identifikasi diperoleh sejumlah artikel berdasarkan kata kunci yang telah ditentukan. Selanjutnya dilakukan proses penyaringan dengan menghapus artikel duplikat, artikel yang tidak memiliki naskah lengkap, serta artikel yang tidak sesuai dengan fokus penelitian. Tahap berikutnya adalah penilaian kelayakan berdasarkan kesesuaian isi artikel terhadap topik penelitian. Hasil seleksi akhir menghasilkan 14 artikel yang digunakan sebagai primary studies dalam proses sintesis.

Tabel 1. Kriteria Penyaringan Jurnal

Kriteria Diterima (Inklusi)	Kriteria Ditolak (Eksklusi)
Jurnal yang diambil harus diterbitkan dalam rentang waktu tahun 2011 sampai 2026 agar situasi pasar dan data yang dibahas masih baru serta relevan dengan kondisi sekarang. Selain itu, artikel harus berasal dari jurnal ilmiah resmi (bukan tulisan blog pribadi, berita populer, atau makalah tugas kuliah biasa) dan fokusnya wajib membahas rantai pasok spesifik telur ayam ras secara lengkap sehingga memudahkan analisis.	Artikel yang membahas rantai pasok komoditas lain seperti daging ayam, susu, atau telur ayam kampung langsung dieliminasi dari daftar. Jurnal yang tahun terbitnya sudah terlalu tua, berisi opini tanpa data empiris, atau isinya hanya membahas teknis cara memelihara ayam di kandang tanpa menyinggung jalur distribusinya juga tidak dimasukkan.

3.4 Proses Seleksi dan Pengumpulan Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode sintesis naratif (*narrative synthesis*). Seluruh artikel yang memenuhi kriteria inklusi dianalisis berdasarkan karakteristik penelitian, metode penelitian, hasil penelitian, serta kesenjangan penelitian (*research gap*). Selanjutnya, hasil penelitian dikelompokkan ke dalam tiga kelompok bahasan, yaitu :

1. Manajemen rantai pasok produk telur ayam ras.
2. Strategi dan tantangan distribusi produk telur ayam ras.
3. Strategi dan tantangan pemasaran produk telur ayam ras.

Pengelompokan tersebut bertujuan untuk mempermudah proses sintesis sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi yang telah diterapkan serta berbagai tantangan dalam manajemen rantai pasok produk telur ayam ras.

4. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini diperoleh 14 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan digunakan sebagai primary studies. Seluruh artikel kemudian dianalisis berdasarkan metode penelitian, kelompok bahasan, hasil akhir, dan research gap. Hasil sintesis tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut :

Tabel 2. Matriks Ringkasan Jurnal Rantai Pasok Telur Ayam

No	Author (Tahun)	Metode Penelitian	Kelompok Bahasan	Hasil Akhir	GAP Penelitian
1	(Wahyuning 2011)	Penelitian deskriptif dengan analisis kelembagaan rantai pasok melalui observasi lapangan, wawancara, dan analisis deskriptif.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Penguatan koordinasi antar pelaku rantai pasok dan peningkatan akses pasar modern. Tantangan: Posisi tawar peternak masih rendah dan koordinasi antar pelaku belum optimal.	Penelitian hanya meninjau aspek kelembagaan dan hubungan antar pelaku rantai pasok tanpa mengukur kinerja rantai pasok seperti efisiensi waktu, maupun tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian belum mengkaji pemanfaatan teknologi informasi dalam koordinasi rantai pasok.
2	(Asnawati 2019)	Penelitian deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Pengembangan kapasitas produksi melalui pendekatan <i>Food Supply Chain Network</i> (FSCN). Tantangan: Efisiensi operasional, manajemen risiko, dan digitalisasi rantai pasok belum menjadi fokus.	Penelitian masih berfokus pada satu wilayah sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi. Selain itu, penelitian belum mengevaluasi efisiensi operasional, risiko rantai pasok, maupun dampak

					digitalisasi terhadap koordinasi antar pelaku.
3	(Pathiassana and Saputri 2022)	Penelitian kualitatif deskriptif dengan data primer (observasi, wawancara) dan data sekunder yang dianalisis secara deskriptif.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Distribusi mandiri untuk menjaga ketepatan jumlah, kualitas, waktu, dan biaya distribusi. Tantangan: Belum terdapat strategi mitigasi risiko distribusi secara komprehensif.	Penelitian merupakan studi kasus pada satu perusahaan sehingga belum menggambarkan kondisi rantai pasok telur ayam ras secara umum. Penelitian juga belum mengukur indikator kinerja rantai pasok maupun strategi mitigasi risiko distribusi.
4	(Seto and Muflikh 2023)	Penelitian deskriptif menggunakan pendekatan <i>Food Supply Chain Network (FSCN)</i> dengan analisis terhadap struktur, proses bisnis, sumber daya, dan kinerja rantai pasok.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Penguatan koordinasi aliran produk, informasi, dan keuangan dalam rantai pasok. Tantangan: Gangguan eksternal seperti fluktuasi harga pakan dan perubahan permintaan belum diantisipasi secara optimal.	Penelitian belum mengintegrasikan aspek ketahanan (<i>resilience</i>) rantai pasok terhadap gangguan eksternal, seperti fluktuasi harga pakan, perubahan permintaan, atau gangguan distribusi. Kajian juga belum memanfaatkan pendekatan digital atau <i>real-time supply chain monitoring</i> .
5	(Nurjannah et al., 2024)	Penelitian deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan analisis kondisi rantai pasok pada usaha telur ayam ras.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Peningkatan komunikasi dan koordinasi antar anggota rantai pasok. Tantangan: Belum mengevaluasi hubungan strategi rantai pasok terhadap kinerja usaha dan digitalisasi.	Penelitian lebih menitikberatkan pada implementasi manajemen rantai pasok dan belum mengevaluasi hubungan antara strategi rantai pasok dengan indikator kinerja bisnis, seperti efisiensi biaya, tingkat keuntungan, atau kepuasan pelanggan. Aspek digitalisasi rantai pasok juga belum dibahas.

6	(Kinasih and Immawan 2025)	Penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis risiko rantai pasok menggunakan identifikasi sumber risiko dan evaluasi tingkat risiko pada setiap aktivitas rantai pasok.	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Identifikasi, evaluasi, dan pengelolaan risiko pada setiap aktivitas rantai pasok. Tantangan: Fluktuasi harga pakan, keterlambatan distribusi, dan gangguan pasokan masih menjadi risiko utama.	Penelitian berfokus pada identifikasi risiko, namun belum mengembangkan model mitigasi risiko yang komprehensif maupun mengevaluasi efektivitas strategi mitigasi terhadap peningkatan kinerja rantai pasok. Pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen risiko juga belum dibahas.
7	(Tobaol et al., 2018)	Penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan analisis margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran.	Strategi & Tantangan Pemasaran	Strategi: Pemilihan saluran pemasaran yang lebih pendek untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Tantangan: Strategi pemasaran belum terintegrasi dengan sistem manajemen rantai pasok.	Penelitian hanya mengevaluasi efisiensi pemasaran berdasarkan margin dan farmer's share, tanpa mengaitkannya dengan sistem manajemen rantai pasok, koordinasi antar pelaku, maupun pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran.
8	(Pangemana n, Lumy and Ooray 2022)	Penelitian kuantitatif menggunakan analisis margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran pada berbagai saluran distribusi.	Strategi & Tantangan Pemasaran	Strategi: Penyederhanaan saluran distribusi untuk meningkatkan efisiensi dan pendapatan peternak. Tantangan: Koordinasi distribusi dan pengelolaan rantai pasok belum optimal.	Penelitian masih berfokus pada analisis ekonomi pemasaran dan belum mengintegrasikan aspek koordinasi rantai pasok, sistem distribusi, maupun faktor eksternal seperti fluktuasi harga pakan dan perubahan permintaan pasar.
9	(Pangemana net al., 2023)	Penelitian deskriptif kuantitatif dengan analisis saluran	Strategi & Tantangan Pemasaran	Strategi: Optimalisasi saluran pemasaran guna meningkatkan keuntungan peternak. Tantangan: Pemanfaatan	Penelitian belum membahas bagaimana integrasi antara strategi pemasaran dengan sistem rantai pasok secara menyeluruh, termasuk

		pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran.		informasi pasar dan pemasaran digital masih terbatas.	peran digital marketing, integrasi informasi pasar, dan kolaborasi antar pelaku usaha.
10	(Ilham and Saptana 2019)	Penelitian kuantitatif menggunakan analisis data sekunder mengenai perkembangan harga telur ayam ras serta faktor-faktor yang memengaruhinya.	Strategi & Tantangan Pemasaran	Strategi: Koordinasi distribusi dan dukungan kebijakan pemerintah dalam menjaga stabilitas pasokan. Tantangan: Fluktuasi harga telur dipengaruhi perubahan harga pakan, pasokan, dan permintaan.	Penelitian berfokus pada faktor-faktor penyebab fluktuasi harga, namun belum mengembangkan strategi manajemen rantai pasok yang mampu meningkatkan stabilitas harga maupun mengevaluasi peran digitalisasi dalam sistem distribusi dan pemasaran telur ayam ras.
11	(Mubarok et al., 2024)	Penelitian kuantitatif dengan analisis faktor-faktor yang memengaruhi harga dan pemasaran telur ayam ras menggunakan data primer dan sekunder.	Strategi & Tantangan Pemasaran	Strategi: Penguatan koordinasi antar pelaku rantai pasok untuk menjaga stabilitas harga dan distribusi. Tantangan: Perubahan biaya produksi dan belum optimalnya sistem informasi pasar.	Penelitian masih berfokus pada analisis faktor harga dan belum mengkaji keterkaitan antara strategi pemasaran dengan sistem manajemen rantai pasok secara menyeluruh. Selain itu, belum dibahas pemanfaatan sistem informasi pasar maupun pemasaran digital untuk meningkatkan efisiensi pemasaran.
12	(Saepullah, Febriani and Ramdhani 2025)	Penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan System Dynamics untuk memodelkan ketahanan (resilience) rantai pasok	Manajemen Rantai Pasok	Strategi: Kolaborasi antar pelaku melalui pendekatan <i>System Dynamics</i> untuk meningkatkan ketahanan rantai pasok. Tantangan: Implementasi teknologi dan integrasi sistem digital masih terbatas.	Penelitian telah memodelkan ketahanan rantai pasok, namun belum menguji implementasi model pada kondisi nyata di berbagai daerah maupun mengintegrasikan teknologi digital seperti IoT, real-time monitoring,

		telur ayam ras terhadap berbagai gangguan.			dan sistem informasi rantai pasok.
13	(Kasmar, Sani and Hadini 2022)	Penelitian deskriptif mengenai sistem distribusi dan pemasaran telur ayam ras melalui analisis kondisi rantai pasok di tingkat peternak dan pedagang.	Strategi & Tantangan Distribusi	Strategi: Optimalisasi distribusi dan transportasi untuk menjaga kelancaran pasokan. Tantangan: Belum menggunakan indikator kinerja logistik dan teknologi informasi secara maksimal.	Penelitian belum mengevaluasi distribusi menggunakan indikator kinerja logistik maupun membahas integrasi distribusi dengan sistem manajemen rantai pasok berbasis teknologi informasi.
14	(Winarto et al., 2025)	Penelitian deskriptif mengenai pengelolaan rantai pasok telur ayam ras dengan pendekatan analisis proses bisnis dan distribusi.	Strategi & Tantangan Distribusi	Strategi: Integrasi pengelolaan distribusi, persediaan, dan komunikasi antar pelaku rantai pasok. Tantangan: Sistem <i>traceability</i> , pemasaran digital, dan evaluasi efektivitas distribusi belum optimal.	Penelitian belum mengevaluasi efektivitas strategi distribusi menggunakan indikator kuantitatif serta belum membahas integrasi distribusi dengan pemasaran digital maupun sistem pelacakan (<i>traceability</i>) produk.

(Sumber: Data Sekunder Diolah Berdasarkan Protokol SLR, 2026)

4.1. Manajemen Rantai Pasok Produk Telur Ayam Ras

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, hasil ekstraksi dari berbagai jurnal menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan elemen yang paling banyak dibahas dalam penelitian tentang telur ayam ras. Seluruh penelitian sepakat bahwa keberhasilan rantai pasok tidak hanya ditentukan oleh proses produksi, tetapi juga oleh koordinasi antar pelaku usaha, mulai dari peternak, pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer, hingga konsumen.

Hubungan kelembagaan antar pelaku menjadi dasar dalam menciptakan rantai pasok yang efektif (Wahyuning 2011). Keberhasilan manajemen rantai pasok dipengaruhi oleh keterpaduan aliran produk, informasi, dan keuangan (Asnawati 2019; Nurjannah et al., 2024; Pathiassana and Saputri 2022; serta Seto and Muflikh 2023).

Selain itu, pengelolaan setiap tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi, harus dilakukan secara terkoordinasi agar kualitas produk, ketepatan waktu, dan efisiensi biaya tetap terjaga.

Hasil analisa penulis menurut Tabel 1 juga menunjukkan bahwa tantangan utama dalam manajemen rantai pasok bermula dari fluktuasi harga pakan, perubahan permintaan pasar, gangguan pasokan bahan baku, dan juga keterlambatan distribusi. Faktor-faktor tersebut sebagai risiko utama yang dapat mengganggu kelancaran rantai pasok (Kinasih and Immawan 2025), dan kolaborasi antar pelaku berperan sangat penting untuk meningkatkan ketahanan (*resilience*) rantai pasok dalam menghadapi berbagai gangguan (Saepullah, Febriani and Ramdhani (2025).

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen rantai pasok telur ayam ras harus dipandang sebagai suatu sistem yang saling terintegrasi. Keberhasilan rantai pasok tidak hanya tergantung pada besarnya produksi, tetapi juga pada kemampuan seluruh pelaku dalam menjaga koordinasi, pertukaran informasi, serta pengelolaan risiko agar pasokan telur ayam ras tetap tersedia secara berkelanjutan.

4.2. Strategi dan Tantangan Distribusi Produk Telur Ayam Ras

Sejalan dengan hasil sintesis berbagai jurnal tersebut, dapat disimpulkan bahwa distribusi merupakan salah satu tahapan penting dalam manajemen rantai pasok karena berperan dalam memastikan telur ayam ras dapat diterima konsumen dengan jumlah, kualitas, dan waktu yang tepat. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan distribusi sangat dipengaruhi oleh koordinasi

antar pelaku rantai pasok, mulai dari peternak, pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga pedagang eceran.

Distribusi yang dikelola secara baik mampu menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan efisiensi biaya pengiriman (Pathiassana and Saputri 2022). Kelancaran aliran produk, informasi, dan juga keuangan menjadi faktor penting dalam mendukung proses distribusi (Seto and Muflikh 2023). Selain itu, koordinasi antar pelaku serta ketersediaan sarana transportasi berpengaruh terhadap kelancaran penyaluran telur ayam ras ke konsumen (Kasmar, Sani and Hadini 2022).

Meskipun demikian, proses distribusi masih menghadapi beberapa tantangan. Perbedaan lokasi peternakan, kondisi infrastruktur, keterlambatan pengiriman, maupun perubahan permintaan pasar dapat memengaruhi kelancaran distribusi. Penulis menyimpulkan, bahwa strategi distribusi yang efektif memerlukan koordinasi yang baik antar pelaku, didukung oleh sistem distribusi yang efisien agar pasokan telur ayam ras tetap tersedia secara berkelanjutan.

4.3. Strategi dan Tantangan Pemasaran Produk Telur Ayam Ras

Setelah mengamati dan menganalisis hasil sintesis pada Tabel 1, penulis melihat bahwa strategi pemasaran memegang peran penting dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok telur ayam ras. Pemasaran yang efektif tidak hanya bertujuan menyalurkan produk kepada konsumen seperti yang telah penulis sampaikan pada Bab Pendahuluan, tetapi juga meningkatkan pendapatan peternak melalui pemilihan saluran pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, efisiensi pemasaran menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam pengelolaan rantai pasok (*Supply Chain Management* / SCM).

Saluran pemasaran yang lebih pendek menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah serta *farmer's share* yang lebih tinggi sehingga lebih menguntungkan peternak (Tobaol et al., 2018). Pemilihan saluran pemasaran yang tepat mampu meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperbaiki pendapatan peternak (Pangemanan, Lumy and Ooray 2022; Pangemanan et al., 2023). Selain itu,

pemanfaatan pemasaran digital mulai menjadi salah satu strategi yang dapat memperluas akses pasar bagi peternak telur ayam ras (Winarto et al., 2025).

Namun, penerapannya masih dipengaruhi oleh kemampuan penggunaan teknologi, tingkat literasi digital, serta kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital. Disisi lain, fluktuasi harga telur ayam ras masih menjadi tantangan utama karena dipengaruhi oleh perubahan biaya produksi, kondisi pasokan, permintaan pasar, dan distribusi antarwilayah (Ilham and Saptana 2019; Mubarok et al. 2024).

Berdasarkan hasil sintesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang efektif tidak hanya ditentukan oleh pemilihan saluran pemasaran, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjaga stabilitas pasokan dan harga. Dengan demikian, koordinasi antara kegiatan pemasaran dan manajemen rantai pasok menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi pemasaran serta menjaga keberlanjutan usaha telur ayam ras.

5. Penutup

Setelah melakukan penelitian secara menyeluruh dengan metode *Systematic Literature Review* terhadap 14 artikel yang memenuhi kriteria penelitian, penulis menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasok memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan penyediaan produk telur ayam ras. Keberhasilan rantai pasok tidak hanya dipengaruhi oleh proses produksi, tetapi juga oleh koordinasi yang baik antara peternak, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang eceran, hingga konsumen. Koordinasi yang seimbang antar pelaku tersebut menjadi faktor utama dalam menjaga kelancaran aliran produk, informasi, dan keuangan di sepanjang rantai pasok.

Dalam hal distribusi, berbagai penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi yang efektif dilakukan melalui koordinasi antar pelaku usaha, pengelolaan sistem distribusi yang efisien, serta dukungan sarana transportasi yang memadai. Namun, distribusi telur ayam ras masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterlambatan pengiriman, kondisi infrastruktur yang berbeda antarwilayah,

perubahan permintaan pasar, serta risiko gangguan pasokan yang dapat memengaruhi kelancaran distribusi.

Sementara itu, pada aspek pemasaran, strategi yang banyak diterapkan adalah penggunaan saluran pemasaran yang lebih efisien sehingga mampu menekan margin pemasaran dan meningkatkan bagian harga yang diterima peternak (*farmer's share*). Tantangan utama terkait pemasaran ini adalah fluktuasi harga telur ayam ras yang dipengaruhi oleh perubahan biaya produksi, kondisi pasokan, permintaan pasar, serta distribusi antarwilayah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dan tantangan dalam manajemen rantai pasok, distribusi, dan pemasaran saling berkaitan dalam menentukan efektivitas penyediaan telur ayam ras. Oleh karena itu, peningkatan koordinasi antar pelaku rantai pasok menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi distribusi, menjaga stabilitas pemasaran, serta mendukung keberlanjutan usaha telur ayam ras.

6. Saran

Penelitian ini hanya menggunakan artikel yang membahas manajemen rantai pasok produk telur ayam ras sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas jumlah artikel, menggunakan rentang waktu publikasi yang lebih panjang, atau membandingkan manajemen rantai pasok telur ayam ras di Indonesia dengan negara lain sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi dan tantangan rantai pasok pada komoditas tersebut.

7. Daftar Pustaka

- Asnawati, Is. "Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Komoditas Telur Ayam Ras Petelur (Layer)." *Jurnal Agri Sains*, 3(2). (2019) : 1-10.
- Direktorat Badan Pusat Statistik "Distribusi Perdagangan Komoditas Telur Ayam Ras Indonesia". (2023). <https://www.bps.go.id>.

- Ilham, Nyak, and Saptana. "Fluktuasi Harga Telur Ayam Ras Dan Faktor Penyebabnya". *Analisis Kebijakan Pertanian*, 17(1). (2019) : 27-38.
- Kasmar, Sani, La Ode A., and Hadini, Hairil A. "Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Unggas Tani Jaya Kecamatan Baruga Kota Kendari". *JIPHO (Jurnal Ilmiah Peternakan Halu Oleo)*, 4(3). (2022) : 196-203.
- Kinasih, Sekar, and Immawan, Taufiq. "Manajemen Risiko Rantai Pasok Telur Ayam Ras Dengan Menggunakan Metode House of Risk (HoR) Dan ISO 31000 di Kabupaten Pesawaran". *Jurnal Impresi Indonesia*, 6(4). (2025) : 1935-1949.
- Mubarok, Atikah F., Setiadi, Agus., Komalawati, Wulandari, Suci., and Yusuf, Eddy Supriyadi. "Volatilitas harga daging dan telur ayam ras di Indonesia". *Analisis Kebijakan Pertanian*, 22(2). (2024) :151-167.
- Nurjannah, Talitha N., Lestari, Sandrina D., Kusdamayanti, Firdha Y., and Apriliana, Anjeli. "Analisis Manajemen Rantai Pasok Telur Ayam Ras Petelur PT Global Buwana Farm Dengan Metode FSCN". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(6). (2024) : 346-358.
- Pangemanan, S. P., Lumy T. F. D., and Ooray C. "Efisiensi pemasaran telur ayam ras di Kota Manado (Studi kasus CV. Risal Farm)". *Zootec*, 42(2). (2022) : 327- 338.
- Pangemanan, Stevy P., Ingriet, D. R. Lumenta, Rawis, Jemmy O. E., and Mailangkay, Theresa. "Farmer's Share, Margin dan Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras". *Jambura Journal of Animal Science*, 5(2). (2023) : 90-97.
- Pathiassana, Trishuta, M., and Saputri, Nila Adelina. "Analisis Manajemen Rantai Pasok Telur Ayam Ras Petelur Di PT Samawa Gemilang Perkasa-NTB". *Jurnal Agribisnis*, 24(1). (2022) : 103-112.
- Seto, Elang Wakhid W., and Muflikh, Yanti Nuraeni. "Kinerja Rantai Pasok Telur Ayam Ras Pada Peternakan Ayam Sukses, Kabupaten Pati: Pendekatan FSCN". *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 7(4). (2023) : 1341-1354.
- Saepullah, A., Febriani, S., and Ramdhani, Ade Y. "A System Dynamics Approach to Strengthening Egg Supply Chain Resilience in Banten". *Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management*, 20(02). (2025) : 183-196.
- Tobaol, Darwin., Rundengan, M., Endoh, E.K.M. and Pangemanan, S. P. "Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kota Manado." *Zootec*, 38(2). (2018) : 416 - 428.

- Wahyuning K, Sejati. "Analisis Kelembagaan Rantai Pasok Telur Ayam Ras Peternakan Rakyat di Jawa Barat". *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. 9(2). (2011) : 183–198.
- Winarto, Priyo S., Nugroho, Eko., Tadee, Phacharaporn., and Safira, Berlian Intan. "What factors drive digital marketing adoption among smallholder poultry egg farmers in Indonesia? A case study in Blitar Regency, East Java". *Cogent Food & Agriculture Journal*, 11(1). (2025) : 1-14.