

**EFISIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS
DI KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN**

(Skripsi)

Oleh

KATHRIN VINI AULIA



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

EFISIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Kathrin Vini Aulia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemerataan *margin* (efisiensi tataniaga) antar produsen ayam ras (horizontal) dan antar jenjang (vertikal) di Kecamatan Way Lima. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer sedangkan untuk pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner, dan wawancara. Data yang telah diolah kemudian dianalisis menggunakan analisis efisiensi *margin* tataniaga dengan metode intersep deviasi relatif rata-rata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemerataan *margin* yang diperoleh peternak (horizontal) menyebar secara merata atau efisien, sedangkan penyebaran *margin* antar jenjang tataniaga (vertikal) berada pada posisi tidak merata atau tidak efisien.

Kata Kunci : *Margin*, Efisiensi Tataniaga, Saluran Tataniaga.

ABSTRACT

THE TRADING SYSTEM EFFICIENCY OF LAYER HEN EGGS IN WAY LIMA DISTRICT, PESAWARAN REGENCY

By

Kathrin Vini Aulia

This research sought to determine the distribution margin level (trading system efficiency) among layer hen farmers (horizontally) and between levels (vertical) in Way Lima District. This research employed descriptive quantitative method which used primary data. The research data were collected using observation, questionnaire, and interview techniques. The obtained data were then analyzed using the analysis of trading system efficiency margin with the average relative deviation intercept method. The research results revealed that the distribution margin level obtained by farmers (horizontally) is spread evenly or efficiently, while the distribution margin between levels of the trade system (vertical) is in an uneven or inefficient status.

Keywords: Margin, Trading System Efficiency, Trading Channel

**EFISIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS
DI KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh

KATHRIN VINI AULIA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **EFISIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS
DI KECAMATAN WAY LIMA
KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Kathrin Oini Aulia**

Nomor Induk Mahasiswa : **1711021048**

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.
NIP 19631215 198903 2 002

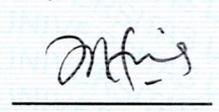
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

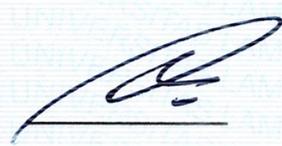
Ketua : **Muhiddin Sirat, S.E., M.P.**



Penguji I : **Emi Mimunah, S.E., M.Si.**



Penguji II : **Asih Murwiati, S.E., M.E.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **05 Juli 2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai yang berlaku.

Bandar Lampung, 15 Agustus 2022

Penulis



Kathrin Vini Aulia

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kedondong pada 30 Juni 1999, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Bapak Yas Herison dan Ibu Gusdara Suna.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SDN 1 Kaliawi diselesaikan pada tahun 2011, Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 (MTsN 1) Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2014, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 (MAN 2) Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2017.

Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Lampung di Jurusan Ekonomi Pembangunan, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada tahun 2017. Adapun kegiatan organisasi yang pernah diikuti Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA), Koperasi Mahasiswa (2017-2019), Kemudian tahun 2019 penulis mengikuti kegiatan KKL (Kuliah Kunjung Lapangan) di Bank Indonesia, Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan Kementerian Perekonomian. Penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Merbau Kecamatan Kelumbayan Barat Kabupaten Tanggamus

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”.

(B.J. Habibie)

“Orang-orang optimis melihat bunga mawar, bukan durinya. Orang-orang pesimis terpaku pada duri dan melupakan mawarnya”.

(Kahlil Gibran)

“Gagal hanya akan terjadi jika kita menyerah”.

(Kathrin Vini Aulia)

PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, serta puji syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan karya sederhana ini untuk:

Kedua orang tuaku, Ayahku Yas Herison dan Ibuku Gusdara Suna yang menjadi alasan ingin ku kabulkan cita-cita nya dan motivasiku untuk segera menyelesaikan, pendidikan di Fakultas Ekonomi. Terima kasih atas setiap pengorbanan baik moril maupun materil, kasih sayang yang tidak terhingga, serta sujud dan doanya yang selalu diucapkan demi keberhasilanku

Adik-adikku Sandi Vidias Rais dan Yudha Trias Davici, serta keluarga besar ku yang selalu mendukung dan berdoa untuk keberhasilanku

Untuk sahabat-sahabat seperjuanganku, untuk kebersamaan dan kekeluargaan

Almamater tercinta, Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

SANWANCANA

Bismillahirrohmanirohim. Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peranan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Muhiddin Sirat, S.E., M.P. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran serta, memberikan arahan, ilmu dan saran kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Dosen penguji I dan pembahas yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian.

6. Ibu Asih Murwiati, S.E., M.E. selaku Dosen penguji II, pembahas yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian.
7. Bapak Moneyzar Usman, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan motivasi, nasihat dan bantuannya selama proses pendidikan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membekali ilmu dan pengetahuan yang berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tuaku, Bapak Yas Herison dan Ibu Gusdara Suna yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, semangat serta selalu berdoa untuk kebahagiaan dan kesuksesanku. Terimakasih atas segala yang telah kalian berikan, semoga kelak Penulis akan membanggakan dan membahagiakan kalian semua.
10. Almh. Emak yang menemaniku untuk pertama kali melakukan pra-survey penelitian, terimakasih banyak atas segalanya.
11. Kedua adikku Sandi Vidias Rais dan Yudha Trias Davici yang tetap membantuku meskipun terkadang dengan terpaksa, terimakasih atas bantuan kalian.
12. Adik sepupuku, Indriyani terimakasih telah menemani berkeliling untuk melakukan pendataan terhadap para responden.
13. Seorang yang siap-sedia menemani kapanpun dan kemanapun, terimakasih atas waktunya sampai tulisan ini selesai.

14. Kawan-kawanku yang berjuang bersama Feby Kurnia Putri dan Yola Pamelina yang sudah menemani beberapa kali penelitian serta seminar proposal dan seminar hasilku.
15. Rekan-rekan Kuliah Kerja Nyata Della dan Isti yang telah memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabatku Fidah, Anggun, Siska, Dita, dan Cindy terimakasih telah menemani kala tidak sedang menulis.
17. Keluarga besar PT. Lampung Spartindo Utama yang telah memberikan waktu untukku menyelesaikan Skripsi, terimakasih atas do'a dan semangatnya.

Penulis berharap Allah SWT membalas semua yang telah membantupenyelesaian skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2022

Penulis

Kathrin Vini Aulia

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Tataniaga	11
2. Fungsi Tataniaga	13
3. Saluran Tataniaga	16
4. Lembaga Tataniaga.....	18
5. Biaya Tataniaga	19
6. Efisiensi Tataniaga	20
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
III. METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu	28
B. Jenis Penelitian.....	28
C. Ruang Lingkup Penelitian	29
D. Jenis dan Sumber Data	29
E. Metode Pengumpulan Data.....	29
F. Metode Penentuan Sampel Responden	30
G. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Saluran Tataniaga.....	32
2. Analisis Lembaga Tataniaga	32
3. Analisis <i>Margin</i> Tataniaga.....	32

a. Analisis Margin Tataniaga Antar Produsen	33
b. Analisis <i>Margin</i> Tataniaga antar Jenjang Tataniaga	36
c. Tingkat Kemerataan <i>Margin</i> antar Produsen Dengan Metode Intersep Deviasi Relative Rata-Rata	36
d. Tingkat Kemerataan <i>Margin</i> Setiap Jenjang Tataniaga Menggunakan Intersep Deviasi Relative Rata.....	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Keadaan Geografis	38
B. Keadaan Umum Responden	39
1. Umur	39
2. Jenis Kelamin	40
3. Tingkat Pendidikan.....	41
4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	41
5. Lama Usaha.....	42
C. Saluran Tataniaga Telur	43
1. Saluran Pertama.....	44
2. Saluran Kedua	44
3. Saluran Ketiga	45
D. Lembaga Tataniaga	45
1. Petenak Ayam Petelur.....	46
2. Pedagang Pengepul.....	47
3. Pedagang Pengecer	48
E. Perilaku Pasar.....	49
1. Proses Pembentukan Harga.....	49
2. Mekanisme Pembayaran	49
3. Kerjasama antar Lembaga Tataniaga.....	50
F. Efisiensi Tataniaga pada Tingkat Produsen.....	50
1. Analisis Investasi dan Penyusutan (Barang Modal)	50
2. Biaya Variabel.....	52
3. Laporan Laba Rugi	57
4. Kemerataan <i>Margin</i> Tataniaga antar Produsen	59
G. Efisiensi Tataniaga antar Jenjang.....	61
H. Implikasi Hasil Penelitian.....	62
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. PDB Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan atas dasar Harga Berlaku, (2018-2019).....	1
2. Kontribusi Sub Sektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian, Peternakan, Pemburuan, dan Jasa Pertanian (2018-2019).	2
3. Populasi Unggas di Provinsi Lampung (2018-2019).....	3
4. Kontribusi Populasi Ayam Petelur di Kabupaten Terhadap Provinsi Lampung (2018-2019).....	4
5. Populasi Ayam Petelur di Lima Kabupaten dengan Kontribusi Terbesar di Provinsi Lampung (2018-2019).....	5
6. Populasi Ayam Petelur di Kabupaten Pesawaran menurut Kecamatan (2018-2019).	5
7. Kontribusi Telur Ayam Ras di Kabupaten Pesawaran menurut Kecamatan (2018-2019).....	7
8. Penelitian Terdahulu	24
9. Daftar Populasi Peternak di Kecamatan Way Lima.....	30
10. Oprasionalisasi Variabel.....	33
11. Biaya Produksi.....	33
12. Kaidah keputusan pemerataan <i>margin</i>	37
13. Klasifikasi Responden berdasarkan Umur	39
14. Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
15. Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
16. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	42

17. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lamanya Usaha.....	43
18. Fungsi Lembaga Tataniaga.....	46
19. Rata-rata Biaya Investasi Peternak di Kecamatan Way Lima	51
20. Rata-rata Biaya Variabel Peternak di Kecamatan Way Lima (1 Bulan)	53
21. Rata-rata Biaya Tenaga Kerja Peternak	55
22. Rata-rata Laporan Laba Rugi Peternak (1 Bulan).....	58
23. Tingkat Kemerataan Margin antar Produsen.....	60
24. Tingkat Kemerataan <i>Margin</i> antar Jenjang	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Fungsi-fungsi Tataniaga	16
2. Saluran Tataniaga Telur	18
3. Kurva <i>Margin</i> Tataniaga antara Permintaan Primer dan Permintaan Turunan.....	21
4. Kerangka Pemikiran Efisiensi Tataniaga Telur Ayam Ras Petelur di Kecamatan Way Lima	26
5. Saluran Tataniaga model 1	44
6. Saluran Tataniaga Model 2.....	44
7. Saluran Tataniaga Mode 3.....	45

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sub sektor peternakan merupakan sub sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Undang-undang RI No.41 Tahun 2014 perubahan atas Undang-undang No.18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan yang dimaksud dengan peternakan adalah segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit, bakalan, ternak ruminansia indukan, pakan, alat dan mesin peternakan, budi daya ternak, panen, pascapanen, pengolahan, pemasaran, pengusahaan, pembiayaan, serta sarana dan prasarana. Sub sektor peternakan dapat diandalkan dalam upaya peningkatan pendapatan nasional, hal ini terlihat dari pertumbuhan sub sektor peternakan dibandingkan dengan pertumbuhan sub sektor lainnya pada sektor pertanian.

Tabel 1. PDB Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan atas dasar Harga Berlaku, (2018-2019).

Sektor	Tahun (%)		Laju Pertumbuhan (%)
	2018	2019	
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	12,81	12,71	-0,1
1. Pertanian, Peternakan, Pemburuan, dan Jasa Pertanian	9,55	9,4	-0,15
a. Tanaman Pangan	3,03	2,82	-0,21
b. Tanaman Holtikultura	1,47	1,51	0,04
c. Tanaman Perkebunan	3,3	3,27	-0,03
d. Peternakan	1,57	1,62	0,05
e. Jasa Pertanian dan Pemburuan	0,19	0,19	0
2. Kehutanan dan Penebangan Kayu	0,66	0,66	0
3. Perikanan	2,6	2,65	0,05

Sumber: Bps Indonesia, 2018-2019

Berdasarkan Tabel 1, data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia terlihat bahwa sub sektor peternakan berkontribusi sebesar 1,57% pada tahun 2018 terhadap PDB Nasional Indonesia, kontribusi sub sektor peternakan terhadap PDB Nasional Indonesia meningkat di tahun 2019 menjadi 1,62%. Sub sektor peternakan merupakan sub sektor dengan laju pertumbuhan terbesar dibandingkan dengan sub sektor lainnya dalam sektor pertanian, peternakan, pemburuan, dan jasa pertanian dengan laju pertumbuhan sebesar 0,05%.

Tabel 2. Kontribusi Sub Sektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian, Peternakan, Pemburuan, dan Jasa Pertanian (2018-2019).

Sub Sektor	Kontribusi (%)		Laju Pertumbuhan (%)
	2018	2019	
Tanaman Pangan	31,73	30	-1,73
Tanaman Holtikultura	15,39	16,06	0,67
Tanaman Perkebunan	34,55	34,79	0,23
Peternakan	16,44	17,23	0,79
Jasa Pertanian dan Pemburuan	1,99	2,02	0,03

Sumber: BPS Indonesia, 2018-2019

Tabel 2 menunjukkan kontribusi sub sektor peternakan terhadap sektor pertanian, peternakan, pemburuan, dan jasa pertanian di tahun 2018 sebesar 16,44% kemudian naik sebesar 17,23% ditahun berikutnya yang berarti bahwa kontribusi sub sektor peternakan mengalami peningkatan sebesar 0,79%. Kenaikkan kontribusi sub sektor peternakan merupakan yang terbesar dibandingkan sub sektor lainnya.

Sub sektor peternakan terbagi menjadi dua antara lain ternak hewan besar dan ternak unggas. Ternak hewan besar terdiri dari ternak sapi perah, sapi potong, kerbau, kuda, kambing, domba, dan babi, sedangkan untuk ternak unggas terdiri dari ternak ayam buras, ayam petelur, ayam pedaging, dan itik.

Salah satu provinsi dengan populasi ternak terbanyak adalah Provinsi Lampung dengan jumlah populasi ternak hewan besar sebanyak 2.401.174 ekor ditahun 2018 kemudian naik menjadi 2.458.177 ekor ditahun 2019, dengan demikian jumlah populasi ternak hewan besar di provinsi lampung mengalami kenaikan sebesar 0,2%. Sedangkan ternak unggas memiliki jumlah populasi lebih banyak

dibanding ternak hewan besar sebanyak 100.397.242 ekor unggas ditahun 2018 dan 112.276.716 ekor unggas ditahun 2019 dengan persentase pertumbuhan sebesar 0,11%. Persentase kenaikan jumlah populasi ternak unggas di Provinsi Lampung lebih besar dibandingkan persentase kenaikan jumlah populasi ternak hewan besar. (BPS Indonesia, 2018-2019).

Tabel 3. Populasi Unggas di Provinsi Lampung (2018-2019).

Jenis Unggas	Populasi Unggas (Ekor)		Laju Pertumbuhan (%)
	2018	2019	
Ayam Buras	12.832.309	13.438.461	0,05
Ayam Pedaging	80.166.716	90.487.553	0,11
Ayam Petelur	6.330.158	7.263.647	0,13
Itik	1.068.059	1.087.055	0,02

Sumber: BPS Indonesia, 2018-2019

Tabel 3 memperlihatkan jumlah populasi unggas yang terdiri dari ayam buras, ayam pedaging, ayam petelur, dan itik. Ayam pedaging merupakan populasi unggas terbanyak di Provinsi Lampung dengan persentase kenaikan jumlah populasi sebesar 0,11%, sedangkan ayam petelur merupakan populasi unggas terbanyak ketiga di Provinsi Lampung dengan persentase tingkat kenaikan jumlah populasi sebesar 0,13%. Persentase kenaikan jumlah populasi ayam petelur lebih besar dibandingkan dengan persentase populasi ayam pedaging, halini berarti populasi ayam petelur mengalami peningkatan yang lebih banyak dibandingkan dengan populasi unggas lainnya.

Peternakan unggas ayam merupakan salah satu sub sektor peternakan yang menyediakan kebutuhan protein bagi masyarakat, protein merupakan komponen penting dalam tubuh yang baik untuk pembentukan tulang, otot, tulang rawan, kulit, dan darah, serta mampu membangun, memperkuat, dan mengganti jaringan dalam tubuh. salah satu jenis unggas ayam yang menyediakan protein bagi masyarakat adalah unggas ayam petelur, yang memproduksi telur sebagai sumber protein bagi masyarakat.

Tabel 4. Kontribusi Populasi Ayam Petelur di Kabupaten Terhadap Provinsi Lampung (2018-2019).

Kabupaten/Kota	Kontribusi Terhadap Provinsi Lampung (%)	
	2018	2019
Lampung Barat	0,12	0,14
Tanggamus	0,44	0,39
Lampung Selatan	44,69	45,99
Lampung Timur	20,54	21,56
Lampung Tengah	12,29	11,12
Lampung Utara	2,00	1,80
Way Kanan	1,73	1,56
Tulang Bawang	0,94	0,89
Pesawaran	3,95	4,70
Pringsewu	11,90	10,78
Mesuji	0,09	0,08
Tulang Bawang Barat	0,87	0,80
Pesisir Barat	0,00	0,00
Bandar Lampung	0,19	0,17
Metro	0,23	0,02

Sumber: BPS. Prov. Lampung, Data Diolah

Tabel 4 memperlihatkan kontribusi masing-masing kabupaten di Provinsi Lampung terhadap jumlah populasi ayam petelur, dengan kontribusi terbesar dari Kabupaten Lampung Selatan yaitu sebesar 45,99% di tahun 2019. Kabupaten kedua dengan kontribusi terbesar di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Timur sebesar 21,56% di tahun 2019, diikuti oleh Kabupaten Lampung Tengah sebesar 11,12% di tahun 2019, Kabupaten Pringsewu sebesar 10,78% di tahun 2019 untuk kabupaten dengan kontribusi terbesar keempat di Provinsi Lampung, sedangkan kabupaten dengan kontribusi terbesar kelima di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Pesawaran dengan tingkat kontribusi sebesar 4,70% ditahun 2019.

Tabel 5. Populasi Ayam Petelur di Lima Kabupaten dengan Kontribusi Terbesar di Provinsi Lampung (2018-2019).

Kabupaten/Kota	Ayam Petelur (Ekor)		Laju Pertumbuhan (%)
	2018	2019	
Lampung Selatan	2.731.960	3.200.000	0,15
Lampung Timur	1.255.930	1.500.000	0,16
Lampung Tengah	751.129	773.628	0,03
Pringsewu	727.750	750.000	0,03
Pesawaran	241.406	327.300	0,26

Sumber: BPS Prov. Lampung, 2020

Tabel 5 menunjukkan populasi ayam petelur di lima kabupaten/kota dengan kontribusi terbesar di Provinsi Lampung. Jumlah populasi ayam terbanyak pertama yaitu berada di Kabupaten Lampung Selatan dengan persentase kenaikan jumlah populasi sebesar 0,15%, sedangkan Kabupaten Pesawaran menempati posisi terbanyak kelima di Provinsi Lampung dengan persentase kenaikan jumlah populasi sebesar 0,26%. Persentase kenaikan jumlah populasi ayam petelur di Kabupaten Pesawaran merupakan yang terbesar dibanding Kabupaten/Kota lainnya, yang berarti bahwa populasi ayam petelur di Kabupaten Pesawaran mengalami peningkatan yang lebih banyak dari tahun sebelumnya.

Tabel 6. Populasi Ayam Petelur di Kabupaten Pesawaran menurut Kecamatan (2018-2019).

Kecamatan	Ayam Petelur (Ekor)		Laju Pertumbuhan (%)
	2018	2019	
Punduh Pedada	1.500	1.721	0,13
Marga Punduh	2.150	2.378	0,10
Padang Cermin	1.325	1.575	0,16
Way Ratai	1.376	1.564	0,12
Teluk Pandan	1.315	1.487	0,12
Kedondong	2.466	2.622	0,06
Way Khilau	2.367	2.512	0,06
Way Lima	61.978	60.978	-0,02
Gedong Tataan	36.900	38.210	0,03
Negeri Katon	297.400	305.254	0,03
Tegineneng	14.500	16.751	0,13

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Pesawaran, 2020

Tabel 6 menunjukkan data yang diperoleh dari Dinas Pertanian Kabupaten Pesawaran (2020), terlihat bahwa Kecamatan Negeri Katon merupakan kecamatan dengan jumlah populasi ayam petelur terbanyak di Kabupaten Pesawaran dengan persentase kenaikan sebesar 0,03%, sedangkan Kecamatan Way Lima merupakan kecamatan dengan jumlah populasi ayam petelur terbanyak kedua dengan persentase pertumbuhan sebesar -0,02% yang berarti bahwa Kecamatan Way Lima merupakan satu-satunya kecamatan yang mengalami penurunan jumlah populasi ayam petelur.

Salah satu penyebab menurunnya jumlah populasi ayam petelur di Kecamatan Way Lima adalah mahalnya harga pakan ayam yang menyebabkan para peternak tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan pakan untuk ternak (Pra-survey, 2021).

Tujuan dari peternakan adalah memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi secara efisien. Produksi merupakan kegiatan yang dikerjakan untuk memperoleh nilai guna suatu barang atau menciptakan benda baru yang lebih bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan. Para peternak ayam petelur sering mengalami masalah salah satunya adalah ayam petelur yang tidak mampu untuk memproduksi secara optimal. Tidak optimalnya produksi yang dihasilkan ayam petelur menyebabkan pendapatan peternak rendah. Selain itu, biaya produksi yang timbul juga mempengaruhi tingkat pendapatan peternak. Pemberian pakan ternak merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat produksi ayam petelur. Pakan dengan kualitas yang kurang baik menjadi masalah yang dapat menyebabkan hasil produksi ayam petelur yang kurang optimal, sedangkan untuk pakan dengan kualitas yang baik akan berpengaruh terhadap optimalnya ayam petelur dalam memproduksi. Selain itu kenaikan harga pangan ayam petelur mengakibatkan meningkatnya biaya produksi yang digunakan peternak, peningkatan biaya produksi ini akan mempengaruhi harga telur di pasaran. Menurut hasil prasurvey (2021), harga telur berfluktuatif mengikuti harga posko telur, per 31 Juli 2021 harga telur berada pada kisaran Rp20.000/Kg ditingkat peternak, Rp22.000/Kg ditingkat pengepul dan Rp23.000/Kg ditingkat pengecer.

Dalam mengelola usaha peternakan ayam, tiap peternak harus memahami unsur penting dalam produksi, yaitu ; *breeding* (pembibitan), *feeding* (pakan ternak), atau manajemen (pengelolaan usaha peternakan). Pembibitan merupakan tahap awal dari usaha peternakan, dengan bibit ayam petelur yang baik maka akan menghasilkan produksi yang berkualitas. Sama dengan pembibitan, pemberian pakan ternak ayam ras petelur juga menjadi hal penting dalam keberlangsungan proses produksi. Pemberian jumlah pakan yang tidak sesuai dengan standar kebutuhan ayam petelur akan menyebabkan peningkatan biaya produksi maupun menurunnya jumlah produksi telur, selain itu takaran ataupun campuran pakan ayam yang tidak sesuai juga akan mengakibatkan tidak seimbangny proses produksi. Pakan merupakan kendala umum dari produksi telur ayam, mahalny harga pakan menyebabkan peternak ayam harus mengeluarkan biaya untuk proses produksi telur yang baik. Selain pakan, cuaca juga menjadi kendala dalam proses produksi. Cuaca yang buruk menyebabkan terganggunya kesehatan ternak yang berakibat pada tidak optimalnya proses produksi telur (Rasyaf, 2003:13).

Tabel 7. Kontribusi Telur Ayam Ras di Kabupaten Pesawaran menurut Kecamatan (2018-2019).

Kecamatan	Kontribusi (%)		Pertumbuhan Kontribusi (%)
	2018	2019	
Punduh Pidada	0,12	0,39	0,27
Marga Punduh	0,44	0,55	0,10
Padang Cermin	45,27	0,55	-44,73
Way Ratai	20,81	0,36	-20,45
Teluk Pandan	12,45	0,34	-12,11
Kedondong	2,03	0,60	-1,43
Way Khilau	1,76	0,58	-1,18
Way Lima	0,96	13,99	13,03
Gedong Tataan	4,00	8,77	4,77
Negeri Katon	12,06	70,04	57,98
Tegineneng	0,10	3,84	3,75

Sumber: Dinas Peternakan Kabupaten Pesawaran, 2020

Pada Tabel 7 terlihat bahwa Kecamatan Way Lima merupakan Kecamatan dengan kontribusi ayam petelur terkecil keempat di Kabupaten Pesawaran dengan persentase sebesar 0,96% di tahun 2018, ditahun berikutnya Kecamatan Way Lima mengalami peningkatan Produksi telur sebanyak 13,03% sehingga di tahun

2019 Kecamatan Way Lima menjadi Kecamatan dengan kontribusi telur ayam terbesar kedua di Kabupaten Pesawaran dengan tingkat persentase kontribusi sebesar 13,99% disamping menurunnya jumlah populasi ayam petelur dari tahun 2018 ke tahun 2019.

Semakin banyaknya jumlah produksi telur ayam dari tahun ke tahun menimbulkan permasalahan dalam hal pemasaran, pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan penghasilan peternak sehingga apabila hasil produksi telur yang dihasilkan peternak tidak dipasarkan dengan baik maka peternak akan mengalami kerugian. Salah satu bentuk usaha untuk mencapai tujuan pemasaran adalah dengan menentukan saluran tataniaga. Saluran tataniaga merupakan rangkaian lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan tataniaga guna menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, tataniaga sendiri adalah kegiatan proses penyaluran dari produsen ke konsumen baik melalui perantara maupun langsung. Penentuan saluran tataniaga dilakukan dengan beberapa pertimbangan yang diharapkan dapat menentukan saluran mana yang lebih efektif.

Kendala pemasaran yang dihadapi oleh peternak ayam ras petelur di Kecamatan Way Lima adalah tingginya harga yang ditetapkan oleh broker di posko harga telur. Tingginya harga yang ditetapkan oleh broker telur menyebabkan harga telur meningkat sehingga menyulitkan peternak untuk memasarkan telur. Selain broker telur, kendala yang dialami oleh peternak di Kecamatan Way Lima terletak pada jangkauan pasar. Jauhnya pasar menyebabkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh peternak semakin banyak, peternak harus mengantar sendiri telur yang akan dijual sehingga biaya pemasaran telur ditanggung oleh peternak itu sendiri.

Menurut Rasyaf (2003:13) Telur termasuk komoditas yang cepat rusak atau busuk. Dalam temperatur ruang, telur tidak tahan lama. Apalagi bila telur itu kotor dan kerabangnya dapat pecah bila tidak hati-hati. Kelemahan ini banyak digunakan oleh pihak yang bergerak dalam jalur pemasaran untuk menekan peternak sehingga peternak tergantung kepada para pedagang pengumpul atau distributor. Oleh sebab itu, peternak harus menetapkan saluran tataniaga telur di Kecamatan Way Lima, tataniaga merupakan kegiatan proses penyaluran dari

produsen ke konsumen baik melalui perantara maupun langsung. Apabila peternak tersebut salah menetapkan saluran tataniaga maka akan berakibat pada kerugian yang ditanggung peternak tersebut, di Kecamatan Way Lima sendiri para peternak ayam ras petelur mendistribusikan telur hasil produksi dengan menggunakan beberapa saluran dengan yang paling banyak digunakann yaitu saluran produsen-pengepul-pengecer-konsumen. Dipilihnya saluran tataniaga yang lebih efektif ini akan membantu peternak dalam memperbaiki sistem pemasarannya sehingga memperoleh keuntungan dengan meningkatkan penjualan telur ayam ras petelur. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang efisiensi tataniaga, berdasarkan saluran tataniaga, lembaga-lembaga yang terlibat dalam tataniaga, serta margin tataniaga baik ditingkat produsen maupun antar jenjang tataniaga yang dilakukan di Kecamatan Way Lima. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Efisiensi Tataniaga Telur Ayam Ras Petelur di Kecamatan Way Lima.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pemerataan *margin* (efisiensi tataniaga) antar produsen ayam ras (horizontal) di Kecamatan Way Lima?
2. Bagaimana tingkat pemerataan *margin* (efisiensi tataniaga) antar Jenjang (vertikal) di Kecamatan Way Lima?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka diperoleh tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat pemerataan *margin*(efisiensi tataniaga) antar produsen ayam ras (horizontal) di Kecamatan Way Lima.
2. Untuk mengetahui tingkat pemerataan *margin* (efisiensi tataniaga) antar jenjang (vertikal) di Kecamatan Way Lima.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Sebagai bahan informasi tataniaga bagi peternak.
2. Memberikan sumbangan pemikiran bagi peternak memperoleh *kemerataan margin*.
3. Memberikan sumbangan pemikiran bagi lembaga tataniaga lainnya untuk memperoleh efisiensi antar jenjang.
4. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
5. Dapat menambah pengetahuan peneliti secara langsung tentang efisiensi tataniaga telur ayam ras petelur.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Tataniaga

Menurut Hanafiah dan Saefudin (2006:2) tataniaga adalah kegiatan yang bertalian dengan penciptaan atau penambahan kegunaan daripada barang dan jasa, maka tataniaga termasuk usaha yang produksi. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan tataniaga adalah kegunaan tempat, waktu, dan kepemilikan. Kegunaan waktu berarti bahwa barang-barang mempunyai faedah setelah terjadi perubahan waktu. Kegunaan tempat berarti barang-barang itu mempunyai faedah atau kegunaan yang lebih besar karena perubahan tempat. Kegunaan kepemilikan berarti barang-barang mempunyai kegunaan karena beralihnya hak milik atas barang.

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen, pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang daalm hal ini individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain (Hanafie, 2010:205). Tataniaga secara sederhana sama dengan pemasaran yaitu kegiatan proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen baik melalui perantara maupun langsung. Tataniaga atau pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk, dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, menetapkan program promosi, dan kebijakan harga, serta menerapkan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan/atau jasa kepada pelanggan atau konsumen. Tataniaga peternakan merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan produk ternak.

Menurut Nasruddin dan Musyadar (2015:1.7) Tataniaga pertanian adalah mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari tangan produsen ke tangan konsumen termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk lebih mempermudah penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya.

Menurut Hanafie (2010:206), ada lima konsep pemasaran yang mendasari cara produsen melakukan kegiatannya, sebagai berikut:

1. Konsep berwawasan produksi

Konsep ini merupakan konsep tertua yang berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya, hal ini dapat benar dalam dua situasi. Pertama, permintaan barang melebihi penawaran, yang dalam hal ini konsumen ingin mendapatkan barang tanpa memperhatikan keadaan detailnya dan pemasok barang akan memusatkan perhatiannya pada peningkatan produksi. Kedua, biaya produksi tersebut tinggi dan harus diturunkan dengan peningkatan produktivitas untuk memperluas pasar. Konsep berwawasan produksi ini sering menjadi tidak ramah dan buruk dalam pelayanan.

2. Konsep berwawasan produk

Konsep ini menyebutkan bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik, atau hal-hal inovatif lainnya. Produsen akan memusatkan perhatian pada tujuan untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya karena beranggapan pembeli akan menyukai produk yang buatannya baik, serta pembeli dapat menilai mutu dan kinerja produk. Produsen yang menganut konsep berwawasan produk sering kali merancang produk tanpa masukan dari konsumen.

3. Konsep berwawasan menjual

Konsep berwawasan menjual berpendapat bahwa jika konsumen dibiarkan saja maka tidak akan membeli produk dalam jumlah besar sehingga usaha penjualan dan promosi yang agresif perlu dilakukan. Konsep ini banyak dilakukan manakala produsen kelebihan kapasitas.

4. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran, serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya. Konsep berwawasan pemasaran bersandar pada empat pilar, yaitu pasar sasaran, kebutuhan konsumen, pemasaran yang terkoordinir, dan keuntungan.

5. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat

Konsep ini beranggapan bahwa tugas produsen adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran, serta memenuhinya dengan lebih efektif dan efisien daripada saingannya. Konsep ini menghindari konflik yang mungkin terjadi antara keinginan konsumen, kepentingan konsumen, dan kesejahteraan konsumen jangka panjang. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat ini mengharapkan pemasar untuk menyeimbangkan tiga faktor dalam menentukan kebijakan pemasaran, yaitu keuntungan produsen, kepuasan konsumen, dan kepentingan umum.

2. Fungsi Tataniaga

Fungsi tataniaga mempelajari tataniaga dari segi banyaknya kegiatan yang dilaksanakan untuk menyalurkan produk dari titik produsen ke konsumen, kegiatan ini dapat dilaksanakan oleh koperasi maupun lembaga-lembaga tataniaga swasta. Menurut Nasrudin dan Musyadar (2015:1.19) ada tiga macam fungsi tataniaga sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran (*exchange functions*)

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan yang menyangkut hak pemilikan dalam kegiatan tataniaga, fungsi pertukaran meliputi fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian dilakukan pada setiap tingkatan dari saluran tataniaga. Pada tingkatan pertama, usaha pembelian melibatkan interaksi antara petani produsen dengan pedagang pengumpul (tengkulak) sebagai pembeli atau dengan pengolah (*prosesor*), pada tingkat pedagang besar dan pada pengecer atau dapat juga langsung dengan konsumen akhir. Demikian pula fungsi penjualan dilaksanakan sebab seseorang baru dapat membeli suatu

produk jika ada orang lain yang menjual produk tersebut. Fungsi penjualan pertama kali menuntut pertimbangan yang cermat, khususnya berkaitan dengan jenis produk yang akan dijual dan cara menawarkannya dalam kaitannya dengan produk yang bersaing, yaitu bagaimana membedakannya dengan produk yang lain.

2. Fungsi fisik (*Physical Functions*)

Fungsi fisik menciptakan kegunaan tempat, waktu, dan bentuk pada produk-produk yang dipasarkan. Kegunaan tempat, waktu, dan bentuk ditambahkan pada produk ketika produk diangkut (kegunaan tempat), disimpan (kegunaan waktu), dan diolah (kegunaan bentuk). Fungsi fisik meliputi pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan. Beberapa produk harus diangkut cepat agar dapat dikonsumsi beberapa jam setelah panen, kemampuan pengangkutan dalam memenuhi permintaan yang semakin meningkat harus benar-benar diperhatikan. Fungsi pengangkutan ini menambah guna tempat bagi produk-produk pertanian yang dipasarkan. Fungsi penyimpanan merupakan fungsi yang menambah kegunaan waktu terhadap produk dan sangat penting bagi banyak komoditi pertanian, penyimpanan merupakan fungsi pemasaran yang mahal. Sedangkan fungsi pengolahan merupakan fungsi menambahkan sebagian kegunaan bentuk kepada komoditi yang bergerak melalui saluran pemasaran, disinilah para pengolah memainkan peranan penting dalam memenuhi permintaan konsumen. Pengolah dapat melibatkan satu atau lebih perusahaan yang masing-masing secara bergantian menambah bentuk lain dari kegunaan bentuk.

3. Fungsi penunjang (*Facilitating Functions*)

Fungsi penunjang adalah kegiatan-kegiatan yang membantu memperlancar proses tataniaga. Ini memungkinkan pelaku pasar dapat menjalankan tugasnya tanpa terlibat dengan risiko atas pembiayaan dan dapat mengembangkan rencana pemasaran yang tersusun dengan baik. Menurut Hanafie (2010:212) fungsi penunjang yang harus dilakukan dalam proses tataniaga meliputi beberapa hal, antara lain:

a. Informasi pasar

Sistem pemasaran yang efisien menuntut agar pihak-pihak yang terlibat didalamnya diberi informasi dengan baik. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari beberapa sumber, misalnya selebaran pasar mengenai faktor-faktor teknis dan mendasar yang relevan terhadap keputusan pemasaran, yang diterbitkan oleh perusahaan swasta atau penelitian pasar yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yang menyajikan informasi mengenai cara-cara operasi pasar yang efisien dan mengenai kemungkinan untuk membuka pasar baru atau mengubah yang sudah ada.

b. Penanggungan risiko

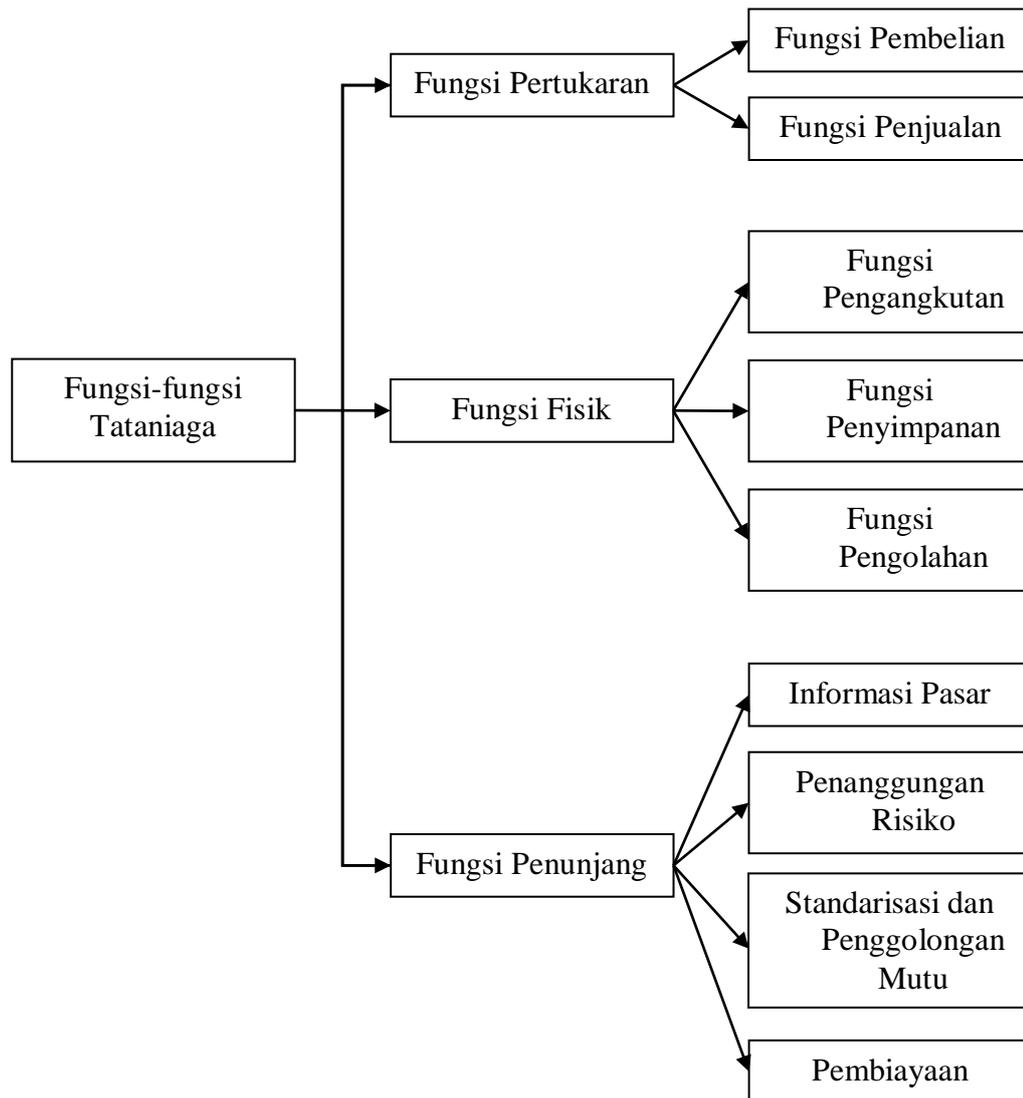
Pemilik komoditi menghadapi risiko sepanjang saluran pemasaran. Risiko ini terbagi dalam dua kelompok, yaitu risiko fisis (angin, kebakaran, banjir, pencurian, dan lain-lain) dan risiko pasar. Risiko pasar yang sulit ditangani mencakup kemungkinan penyimpangan harga, perubahan selera, konsumen, atau perubahan-perubahan sifat dasar persaingan. Ada empat teknik untuk membantu para produsen dalam mengalihkan atau mengurangi risiko pasar, yaitu diversifikasi, integrasi vertikal, kontrak, dan *hedging*, serta pasar mendatang.

c. Standarisasi dan penggolongan mutu

Penggolongan mutu (*grading*) adalah kegiatan mengklasifikasikan hasil-hasil pertanian ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda, masing-masing dengan nama, etiket, dan harga tertentu. Dengan sistem (*grading*) yang baik, pemasaran akan berjalan lebih lancar, serta produsen dan konsumen masing-Masing akan terlindungi dari praktik yang kurang jujur dalam pemasaran.

d. Pembiayaan

Pembiayaan ini disediakan oleh perusahaan pemasaran yang benar-benar membeli dan memegang hak pemilik atas produk. Pemilik menuntut tertanamnya dana pada proses pemasaran, sekurang-kurangnya untuk suatu periode yang singkat.



Gambar 1. Fungsi-fungsi Tataniaga

Sumber : Nasrudin dan Musyadar (2015:1.19)

3. Saluran Tataniaga

Menurut Kotler (2002:8) saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Secara singkat dapat diartikan bahwa saluran tataniaga merupakan rangkaian lembaga-lembaga tataniaga yang dilalui guna menyalurkan/mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen. Saluran tataniaga dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit, hal ini bergantung pada

lembaga pemasaran dan sistem pasar. Panjangnya saluran tataniaga ditentukan oleh banyaknya perantara atau lembaga-lembaga penyalur barang yang dilalui dari produsen sampai kepada konsumen, saluran tataniaga yang berbeda akan memberikan keuntungan pula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan penyaluran barang dan jasa. Saluran tataniaga diperlukan untuk mengetahui jalur mana dari sistem penyaluran barang yang lebih efisien untuk dilakukan, selain itu juga saluran tataniaga digunakan untuk mempermudah dalam mengetahui besaran margin yang diterima masing-masing lembaga tataniaga.

Menurut Rasyaf (1991:150) jalur peternakan ada tiga, yaitu sebagai berikut:

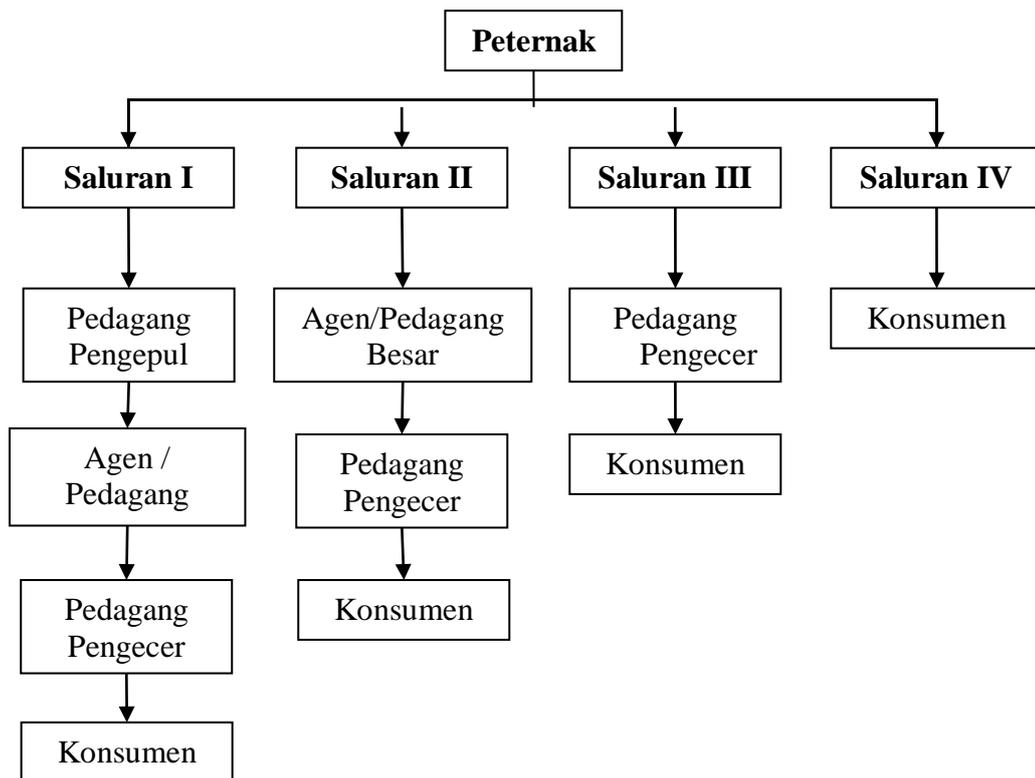
1. Pemasaran telur melalui pedagang pengumpul

Pemasaran telur melalui pedagang pengumpul lazim terjadi terutama di pedesaan, peternak ayam ras komersil - terutama yang berskala kecil dan menengah - juga melakukan penjualan melalui jalur ini. Harga peternak ini dibawah harga telur di pasar eceran dan dalam banyak kasus, harga ini ditentukan oleh si pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul telur ini merupakan jalur perintis terdepan dalam saluran tataniaga telur. Pedagang pengumpul ini menyumbangkan 35% hingga 40% dari biaya rantai tataniaga telur yang tercermin dalam harga telur. Pilihan peternak dalam memasarkan telurnya melalui pedagang pengumpul ini umumnya didasarkan oleh dua alasan, yang pertama yaitu jumlah telur yang dijual tidak banyak sehingga dengan jumlah telur yang sedikit itu menjadi tidak efisien bila dipasarkan secara langsung dikarenakan biaya transportasi yang harus ditanggung peternak.

2. Pemasaran telur melalui agen atau penjual besar

Umumnya cara ini dilakukan untuk pemasaran telur ayam ras, penjual besar yang akan mendistribusikan ke pedagang eceran ataupun langsung ke konsumen akhir. Panjangnya saluran tataniaga ini menyebabkan biaya tataniaga membengkak, akibatnya harga telur tidak kompetitif lagi dan dapat kalah bersaing sehingga kerugian sudah terbayang. Oleh sebab itulah memotong jalur tataniaga kerap dilakukan guna memperkecil biaya tataniaga.

3. Pemasaran telur langsung ke pengecer dan langsung ke konsumen akhir
 Jalur terakhir ini akan memotong biaya tataniaga yang tidak perlu atau biaya yang harusnya terbuang di jalur tataniaga itu akan menjadi bagian penerimaan untuk peternak. Jalur ketiga ini biasanya untuk distribusi terbatas dan dilakukan untuk pemasaran telur ayam ras.



Gambar 2. Saluran Tataniaga Telur

Sumber : Rasyaf (1991:150)

4. Lembaga Tataniaga

Dalam tataniaga pertanian terlibat beberapa lembaga yang dapat memperlancar arus komoditas dari produsen sampai konsumen melalui berbagai kegiatan atau fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penunjang disebut sebagai perantara (Nasrudin dan Musyadar, 2015:2.23).

Menurut Hanafiah dan Saefudin (2006:26) lembaga tataniaga adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dengan mana barang-

barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Istilah lembaga tataniaga ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara, dan lembaga pemberi jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan fungsi tataniaga adalah termasuk dalam bagian lembaga tataniaga, baik itu bentuknya kelompok ataupun perorangan.

Menurut Pulungan dan Saepuddin (1977) dalam buku Nasruddin dan Musyadar (2015:2.23) fungsi lembaga tataniaga secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Menjamin arus barang mulai dari produsen sampai pada konsumen agar tetap lancar dan terjamin.
- b. Mengusahakan hasil pertanian yang masuk ke pasar agar tetap terjangkau oleh daya beli masyarakat.
- c. Memperluas pasar sesuai dengan perkembangan produk.
- d. Mengusahakan dan menciptakan keuntungan yang wajar sesuai dengan jasa.
- e. Memberikan pelayanan yang wajar dan baik bagi konsumen, mengingat hasil pertanian pada umumnya merupakan barang yang cepat membusuk (*perishable*) dan bersifat makan tempat (*bulky*).

5. Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga dalam hal ini adalah meliputi jumlah biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga untuk keperluan pelaksanaan kegiatan atau fungsi-fungsi tataniaga (biaya operasi) dan keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga. Biaya tataniaga dibedakan ke dalam dua kategori, yaitu biaya tetap (*fix cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung kepada besarnya volume yang dipasarkan. Biaya tetap ini selalu diperhitungkan dengan baik tidak melihat apakah suatu peralatan tertentu, misalnya alat angkut truk dipakai atau tidak. Dalam kasus truk ini biaya tetapnya adalah penyusutan, sedangkan biaya variabelnya adalah biaya yang besarnya dipengaruhi oleh volume barang yang dipasarkan/dijual. Dalam kasus penggunaan alat angkut truk, yang termasuk ke dalam biaya variabelnya ialah biaya seluruh truk yang dipakai, biaya bensin (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.10).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan atau dipertimbangkan dalam memahami biaya tataniaga tersebut, yaitu sebagai berikut:

- a. Tempat karena letak geografis yang terpencar-pencar dapat menaikkan biaya tataniaga berupa biaya pemindahan (*transfer cost*), yang selanjutnya menyebabkan naiknya *margin* tataniaga.
- b. Waktu, perbaikan dalam sistem tataniaga yang berkaitan dengan waktu dapat meningkatkan sejumlah kegunaan waktu. Dengan melaksanakan kegiatan penyimpanan akan meningkatkan biaya tataniaga sehingga akan meningkatkan pula *margin* tataniaga.
- c. Bentuk, dengan penambahan biaya pengolahan dapat meningkatkan kegunaan bentuk sehingga akan naik pula *margin* tataniaga.

6. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga ialah ukuran yang sering digunakan untuk menilai kinerja pasar. Efisiensi yang tinggi merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh petani, lembaga tataniaga, konsumen, dan masyarakat yang berarti kinerja pasar lebih baik, sedangkan efisiensi yang menurun menyatakan keragaan yang buruk (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.35). Kegiatan tataniaga dikatakan efisien apabila biaya tataniaga dapat ditekan sehingga keuntungan dapat ditingkatkan, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik, pemasaran, dan adanya kompetisi pasar yang sehat (Soekartawi, 2002:32).

Menurut Falcon, *et al.* (1983) dalam Nasruddin dan Musyadar (2015:6.37) bahwa terdapat dua macam pendekatan yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu system tataniaga efisien atau tidak, kedua cara ini yaitu cara langsung dan cara tidak langsung. Cara langsung ialah dengan menggunakan *margin* tataniaga, sedangkan cara tak langsung ialah pertama dengan menggunakan analisis syarat-syarat bagi pasar yang bersaing sempurna dan kedua dengan menggunakan analisis harga atau keterpaduan pasar. Sebagai ukuran efisiensi tataniaga, berapa

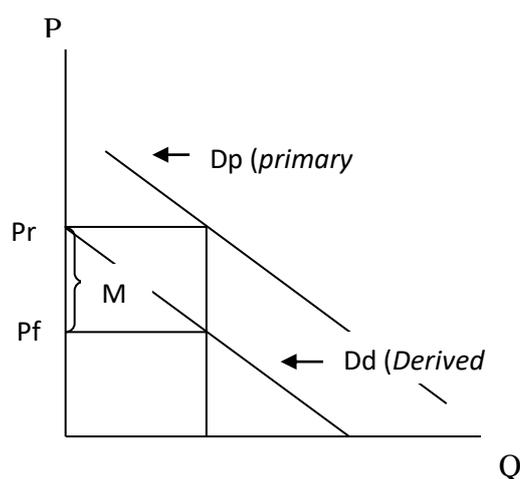
indikator yang dapat dipakai yaitu tingkat pemerataan *margin* antar produsen dan antar jenjang tataniaga.

1. *Margin* Tataniaga

Margin tataniaga merupakan perbedaan antara harga yang diterima oleh petani produsen dan yang dibayar oleh konsumen atas komoditas tertentu. Menurut Nasrudin dan Musyadar (2015:6.4) *margin* tataniaga dapat didefinisikan menurut dua pengertian, yaitu:

- a. Perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dan yang diterima oleh produsen
- b. Harga sekumpulan jasa-jasa tataniaga yang merupakan hasil interaksi antara permintaan dan penawaran jasa-jasa tersebut.

Menurut definisi pertama, *margin* tataniaga dirumuskan sebagai perbedaan antara kurva permintaan primer (*primary demand*) dan kurva permintaan turunan (*derived demand*). Permintaan primer ditentukan oleh respon konsumen pada tingkat eceran sedangkan permintaan turunan didasarkan pada hubungan harga kuantitas yang ada, salah satunya pada titik di mana produk-produk tersebut dibeli oleh pedagang atau pengolah (*processors*). Gambar berikut menyajikan *margin* tataniaga menurut definisi pertama



Gambar 3. Kurva *Margin* Tataniaga antara Permintaan Primer dan Permintaan Turunan

Sumber : Nasrudin dan Musyadar (2015:6.4)

Keterangan:

Dp : Permintaan Primer (*Primary Demand*)

Dd : Permintaan Turunan (*Derived Demand*)

Pr : Harga Eceran (*retail price*)

Pd : Harga pada Tingkat Petani

M : *Margin* Tataniaga

Permintaan primer dalam pengertian lain adalah permintaan gabungan untuk semua *input* dalam produk akhir. Fungsi permintaan pada tingkat petani mewakili permintaan turunan untuk komponen usahatani dari produk akhir. *Margin* pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. *Margin* pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Untuk mengetahui *margin* tataniaga yang diperoleh maka dapat dilihat dengan perhitungan sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

Jadi besarnya total *margin* tataniaga adalah

$$M_t = \sum M_{ji}, i = 1, 2, 3, \dots n$$

Keterangan:

M_{ji} : *Margin* Tataniaga pada Lembaga ke-I (Rp/Kg)

P_{si} : Harga Penjualan Lembaga Tataniaga ke-i (Rp/Kg)

P_{bi} : Harga Pembelian Lembaga Tataniaga ke-i (Rp/Kg)

M_t : *Margin* Total

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen. Kriteria lain yang biasa digunakan dalam menentukan efisiensi tataniaga dari suatu komoditas ialah rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga. Sistem tataniaga secara teknis dikatakan efisien apabila rasio terhadap biaya semakin besar dan bernilai positif atau lebih dari nol (>0). Rasio keuntungan terhadap biaya adalah persentase

keuntungan tataniaga terhadap biaya tataniaga yang secara teknis untuk mengetahui tingkat efisiensinya.

2. Persaingan Pasar

Pendekatan tidak langsung dapat dilakukan dengan menentukan apakah syarat-syarat bagi pasar yang bersaing sempurna telah dipenuhi dalam sistem tataniaga yang sedang dipelajari. Menurut Nasruddin dan Musyadar (2015:6.39) adapun syarat-syarat bagi pasar yang bersaing sempurna antara lain:

- a. Komoditas yang diperdagangkan dapat dipertukarkan (seragam) dan dapat dibagi-bagi.
- b. Penjual dan pembeli bertindak rasional.
- c. Terdapat banyak pengusaha dengan skala kecil sehingga keputusan mereka tidak akan berpengaruh terhadap harga.
- d. Semua pelaku bisnis bebas masuk atau keluar dari pasar.
- e. Setiap pelaku pasar memiliki pengetahuan yang sempurna tentang kekuatan-kekuatan yang berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran.

Jika kelima syarat tersebut dipenuhi maka kegiatan tataniaga dapat dikatakan berlangsung secara efisien dan tidak ada ruang bagi keuntungan yang berlebih.

3. Integrasi Pasar atau Harga

Teknik lain yang dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tataniaga secara tidak langsung adalah dengan menggunakan analisis integrasi pasar atau harga, pasar yang efisien ditandai oleh keterpaduan harga. Keterpaduan harga disebabkan oleh keseimbangan perilaku para pelaku niaga. Harga pada pasar-pasar yang efisien berhubungan satu dengan yang lain karena keseimbangan keputusan-keputusan para pedagang, akan tetapi tingkat harga pada waktu yang akan datang tidak menentu maka para pedagang harus memikul risiko penyimpanan komoditas yang diperdagangkan dan biaya untuk memikul risiko ini dimasukkan kedalam *margin* tataniaga (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.40).

B. Penelitian Terdahulu

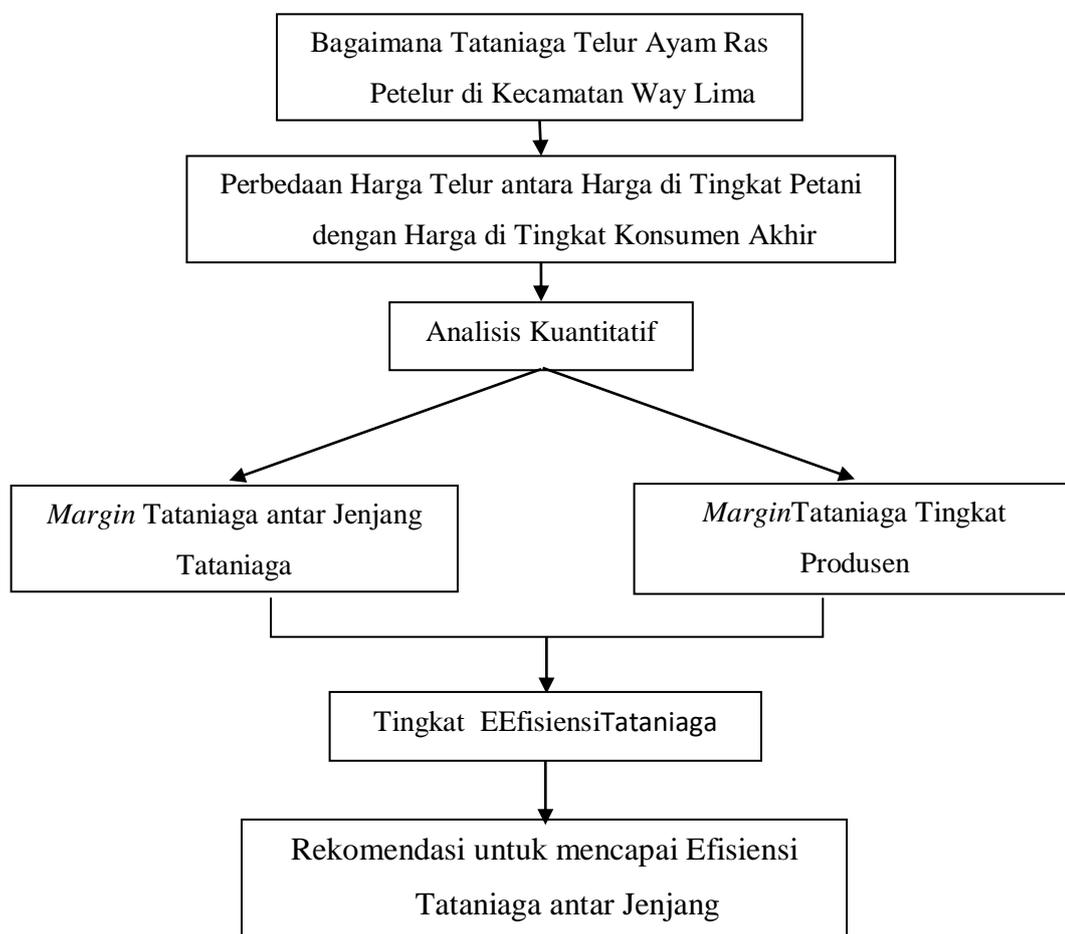
Tabel 8. Penelitian Terdahulu

1	Nama	Muh Fadil, Yulianti Kalaba, dan Abdul Muis (2017)
	Judul Penelitian	Analisis <i>Margin</i> Pemasaran Telur Ayam Ras pada Peternakan Cahaya Aris Manis di Desa Lengaleso Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima peternak dan efisiensi pemasaran.
	Alat Analisis	Analisis deskriptif, <i>margin</i> pemasaran, <i>farmer's share</i> , dan <i>efisiensi pemasaran</i>
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran telur ayam ras pada usaha peternak ayam petelur 'Cahaya Aris Manis'. Margin pada saluran pertama sebesar Rp 9.600, dan saluran kedua sebesar Rp 5.400, Bagian harga yang diterima peternak pada saluran pemasaran pertama sebesar 91% dan saluran kedua sebesar 93 %. Bagian harga yang diterima peternak pada saluran kedua lebih besar, dengan nilai efisiensi sebesar 4,5%. Dibanding dengan saluran pertama dengan nilai efisiensi sebesar 4,7%. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa nilai efisiensi saluran pemasaran kedua lebih efisien.
2	Nama Peneliti	Candra Adinata, Ismudiono, dan Dady Soegianto Nazar (2015)
	Judul Penelitian	analisis tataniaga telur ayam ras (layer) 24system kemitraan Ud. Jatinom Indah Kabupaten Blitar.
	Tujuan Penelitian	1). Mengidentifikasi struktur pemasaran dan saluran pemasaran telur ayam ras (<i>layer</i>) system kemitraan di UD Jatinom Indah. 2). Menganalisis efisiensi daluran pemasaran telur ayam ras (<i>layer</i>) system kemitraan di UD. Jatinom Indah berdasarkan <i>margin</i> pemasaran, <i>farmer's share</i> , dan keuntungan serta biaya pemasaran.
	Alat Analisis	Analisis deskriptif kualitatif untuk menjelaskan dan menggambarkan keadaan objek penelitian. Analisis kuantitatif untuk menggambarkan perhitungan <i>margin</i> pemasaran, <i>farmer's share</i> , serta keuntungan dan biaya pemasaran.
	Hasil Penelitian	Hasil analisis menunjukkan di UD. Jatinom Indah saluran pemasaran telur ayam sudah efisien. Efisiensi pemasaran dari UD. Jatinom Indah

		ditunjukkan dari rendahnya margin pemasaran : hanya Rp. 100/kg, tingginya farmer's share : 88.9 % di peternak plasma, dan 89.4 di peternakan milik inti, dan menunjukkan keuntungan yang lebih tinggi dan rendahnya biaya pemasaran di Januari 2014.
3	Nama Peneliti	Jaisy Aghniarahim Putritamara, Zaenal Fanani, dan Hari Dwi Utami (2016)
	Judul Penelitian	Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar
	Tujuan Penelitian	Untuk menentukan pola saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran telur ayam di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar
	Alat Analisis	Analisis data kuantitatif menggunakan perhitungan <i>margin</i> pemasaran, <i>farmer's share</i> , <i>share</i> biaya dan <i>share</i> keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Analisis data kualitatif untuk mengetahui efisiensi pemasaran di kecamatan Kanigoro kabupaten Blitar menggunakan Struktur-Conduct-Performance (S-C-P) dan menggunakan analisa data kualitatif Structural Equation Modeling (SEM)
	Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1). Pola saluran pemasaran yang terjadi di kecamatan Kanigoro kabupaten Blitar untuk grade AA dan A memiliki 4 tipe saluran pemasaran yaitu tipe 1 peternak –pedagang pengepul –grosir –pedagang kecil –konsumen akhir, kemudian tipe 2 peternak –pedagang pengepul –grosir –konsumen akhir, tipe 3 (a) peternak –pengepul –konsumen akhir, tipe 3 (b) peternak –minimarket –konsumen akhir dan tipe 4 untuk grade B. 2). Hasil efisiensi pemasaran dilihat dari perhitungan margin dan share peternak bahwa Nilai <i>mark-up</i> tinggi adalah untuk saluran yang menggunakan lembaga pemasaran peternak –pedagang pengepul –grosir –pedagang kecil –konsumen akhir dan Share peternak tertinggi terdapat pada saluran pemasaran mulai dari peternak –pengepul –konsumen akhir dengan nilai efisiensi sebesar 91,08%. 3). Budaya, gaya hidup, Harga pasar, jumlah pelanggan, kelompok sosial dan persepsi berpengaruh positif terhadap efisiensi pemasaran.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dimulai dengan meninjau masalah-masalah yang terkait dengan tataniaga telur ayam petelur di lokasi penelitian, kemudian selanjutnya menganalisis sistem tataniaga telur yang meliputi *margin* tataniaga tingkat produsen dan *margin* tataniaga antar jenjang tataniaga. Dengan melihat hasil dari analisis tersebut, maka akan diperoleh apakah tataniaga telur ayam ras petelur di lokasi penelitian efisien atau tidak. Untuk lebih jelasnya, kerangka pikir dapat dilihat dari Gambar 4 tentang kerangka pemikiran efisiensi tataniaga telur ayam ras di Kecamatan Way Lima.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran Efisiensi Tataniaga Telur Ayam Ras Petelur di Kecamatan Way Lima

D. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

1. Kemerataan *margin* (Efisiensi) tingkat produsen (secara horizontal) berada pada posisi sangat merata (sangat efisien).
2. Kemerataan *margin* (Efisiensi) antar jenjang (secara Vertikal) berada pada posisi cukup merata (cukup efisien).

III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pertanian Kabupaten Pesawaran (2020) bahwa Kecamatan Way Lima merupakan satu-satunya kecamatan dengan peningkatan produksi telur disamping menurunnya jumlah populasi ayam petelur. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencaraan mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian, sehingga tidak perlu mencari atau menerangkan hubungan, hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat juga mencakup metode deskriptif (Musa dan Nurfitri, 1988:8). Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan tentang saluran tataniaga dan lembaga-lembaga tataniaga, sedangkan analisis kuantitatif disini meliputi perhitungan serta penjelasan mengenai besaran *margin* tataniaga antar produsen dan *margin* tataniaga antar jenjang tataniaga dihitung dengan metode intersip deviasi relative rata-rata.

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah analisis tataniaga telur ayam ras petelur pola mandiri di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. Analisis tataniaga dilakukan dengan melihat saluran dan lembaga tataniaga serta efisiensi tataniaga dengan menganalisis pemerataan *margin* tataniaga antar produsen dan antar jenjang tataniaga pada peternakan ayam ras petelur.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini data primer diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti ataupun wawancara langsung dengan responden baik peternak maupun lembaga-lembaga tataniaga lainnya.

Data sekunder adalah data ataupun informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan dan Badan Pusat Statistik. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian seperti jurnal-jurnal serta skripsi penelitian terdahulu.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan pada saat penelitian berlangsung. Data primer diperoleh dengan observasi langsung maupun wawancara langsung dengan responden, menurut Sugiyono (2015:204) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek dan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2015:72). Sedangkan untuk data sekunder menggunakan studi pustaka, menurut Sugiyono (2015:140) studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial

yang diteliti, selain itu studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Studi pustaka diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia, Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, Dinas Pertanian Kabupaten Pesawaran, serta dari buku ataupun jurnal terkait.

F. Metode Penentuan Sampel Responden

Responden dalam penelitian ini adalah peternak dan lembaga tataniaga (pedagang pengepul dan pedagang pengecer) di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran yang berada dalam saluran tataniaga.

Tahap I, penentuan sampel peternak

Populasi peternak dalam penelitian ini adalah peternak yang masih aktif dalam usaha ternak baik skala kecil, menengah, maupun besar.

Tabel 9. Daftar Populasi Peternak di Kecamatan Way Lima

No	Nama Peternak	Alamat	Populasi Ayam Petelur (Ekor)
1	Rizki	Gunung Rejo	1.500
2	Gustiana	Gunung Rejo	1.000
3	Herman	Way Harong	1.000
4	Asep	Way Harong	800
5	Juniarta	Way Harong	5.000
6	Dede	Way Harong	2.000
7	Hasyim	Banjar Negeri	1.600
8	Dimas	Sidodadi	2.700
9	Marilah	Sidodadi	3.600
10	Dadang	Sidodadi	1.888
11	Sarkoni	Sidodadi	10.000
12	Martono	Sidodadi	500
13	Slamet	Sidodadi	1.000
14	Hendro	Sidodadi	985
15	Agus Setiawan	Gedung Dalam	300
16	Muhidin	Tanjung Agung	500
17	Dafik	Tanjung Agung	100
18	Ijal	Tanjung Agung	300
19	Helik	Tanjung Agung	700

20	Adinervito	Tanjung Agung	1.000
21	Ropi	Kota Dalam	3.000
22	Resti	Kota Dalam	4.000
23	Misbah	Padang Manis	600
24	Toni	Padang Manis	500

(Sumber : Pra-survey, 2021)

Pemilihan responden peternak dilakukan dengan menggunakan teknik sampel jenuh (*sensus*), menurut Sugiyono (2017:85) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30.

Tahap II, penentuan sampel lembaga tataniaga (Pedagang Pengepul dan pedagang pengecer)

Dalam menentukan sampel lembaga tataniaga menggunakan teknik *snowball sampling* (sampel bola salju), menurut Sugiyono (2015:218) *Snowball Sampling* adalah sebagai teknik penentuan sample yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sample semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar. Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lain dengan melakukan penelusuran mulai dari peternak sampai pedagang pengecer sehingga jalur tataniaga tidak terputus.

G. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisis hasil dari pengamatan saluran tataniaga serta lembaga-lembaga yang terlibat di dalamnya. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui efisiensi tataniaga dengan menggunakan pendekatan analisis *margin* tataniaga.

1. Analisis Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga merupakan serangkaian lembaga-lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga, analisis saluran tataniaga di Kecamatan Way Lima dilakukan untuk mengetahui berapa banyak saluran tataniaga yang digunakan oleh peternak dalam proses tataniaga berlangsung. Analisis saluran tataniaga juga dilakukan untuk mengetahui panjangnya saluran tataniaga yang paling sering digunakan oleh peternak di lokasi penelitian.

2. Analisis Lembaga Tataniaga

Lembaga tataniaga merupakan organisasi yang terlibat dalam pelaksanaan tataniaga. Analisis lembaga tataniaga di Kecamatan Way Lima ini dilakukan dengan cara mengamati lembaga-lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan tataniaga, pengamatan dilakukan mulai dari peternak sampai pada konsumen akhir. Perbedaan saluran tataniaga pada peternak akan berpengaruh pada pembagian pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat didalamnya. Panjang atau tidaknya saluran tataniaga yang digunakan peternak akan menentukan efisien atau tidaknya pelaksanaan tataniaga.

3. Analisis *Margin* Tataniaga

Margin tataniaga adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya *margin* pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran (tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan). Semakin besar deviasi *margin* pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut (Rita Hanafie, 2010:209). *Margin* pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar kepada produsen dan harga yang dibayar konsumen (Saefudin dan Hanafiah 1986).

Tabel 10. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Rasio (%)
Efisiensi Tataniaga Produk Perusahaan	Efisiensi dari Segi <i>Margin</i> Tataniaga	Kemerataan MarginTata Niaga antar perusahaan dalam industri (indeks standar deviasi margin tata niaga perusahaan dalam industri)	$0 < sd \leq 80$
		Kemerataan Margin Tata Niaga antar tempat tata niaga (indeks standar deviasi antar jenjang tata niaga)	

a. Analisis Margin Tataniaga Antar Produsen

Untuk mengetahui *margin* tataniaga antar produsen maka dapat dilihat dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Mp = \text{harga jual produsen} - \text{biaya produksi per unit}$$

Dimana harga jual produsen dan biaya produksi dihitung perkilogram. Penentuan biaya produksi perkilogram dilakukan dengan perhitungan biaya produksi total perbulan sebagai berikut:

Tabel 11. Biaya Produksi

No.	Biaya Produksi	Satuan Jumlah	Harga per Satuan	Nilai (Rp)	Umur Pakai (Bulan)	Nilai Penyusutan (Rp/Bulan)
A	Biaya Tetap					
1	Biaya Bangunan					
	a. Kandang Ayam Petelur
	b. Kandang Baterai
2	Biaya Peralatan					
	2. Tempat Pakan
	3. Tempat Minum
	4. Ember
	5. Selang
	6. Karpas Telur
	7. Timbangan
	8. Gayung
	9. Lampu
	10. Lain-lain

No.	Biaya Produksi	Satuan Jumlah	Harga per Satuan	Nilai (Rp)	Umur Pakai (Bulan)	Nilai Penyusutan (Rp/Bulan)
3	Biaya Mesin					
	a. Listrik
	b. Pompa Air
	c. Mesin Giling Jagung
4	Biaya Lain-lain					
	a. Biaya Pajak
	b. Biaya Tak Terduga
Total Biaya Tetap				...		
B	Biaya Variabel					
1	Biaya Pakan					
	a. Pakan jadi	-	-
	b. Jagung	-	-
2	Biaya Obat-obatan					
	a. Vitamin	-	-
	b. Vaksin	-	-
	c. Desinfektan	-	-
3	Biaya Tenaga Kerja					
	a. Upah tenaga kerja	-	-
	b. Konsumsi tenaga kerja	-	-
4	Biaya Sarana Produksi	-	-
Total Biaya Variabel				...		
Total Biaya (Tetap + Variabel)				...		

Untuk menghitung penyusutan menggunakan metode rata-rata yaitu (nilai beli barang modal dibagi dengan umur ekonomis atau dibagi jumlah periode). Biaya produksi per unit diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

(Pindyck, 2012:256)

Keterangan:

AC : Rata-rata biaya (biaya produksi per unit)

TC : Total biaya (Biaya Tetap + Biaya Variabel)

Q : Jumlah Barang

Analisis Kelayakan Usaha tanpa Diskonto

1. *Break Event Point* (BEP)

Break event point merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan dan mencari jumlah barang dan jasa yang harus dijual kepada konsumen pada tingkat harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan serta untuk mendapatkan keuntungan. Untuk menghitung BEP dapat menggunakan rumus dibawah:

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

(Bambang Riyanto, 2011:364)

Keterangan:

FC (*Fix Cost*) : Biaya tetap yang nilainya cenderung stabil tanpa dipengaruhi dengan unit yang diproduksi.

P (*Price*) : Harga jual per unit.

VC (*Variabel Cost*) : Biaya variabel yang nilainya cenderung berubah tergantung pada banyaknya jumlah barang yang diproduksi

2. *Return On Investment* (ROI)

Return On Investemnt adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

$$ROI = \frac{EAT}{Investasi} \times 100\%$$

(Munawir, 1995:89)

Keterangan:

EAT (*Earning After Tax*) : Pendapatan bersih setelah pajak

Investasi : Modal yang diinvestasikan

3. *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio)

Benefit Cost Ratio merupakan ukuran perbandingan antara pendapatan (*benefit*) dengan total biaya produksi (*Cost*). Dalam batasan nilai B/C dapat diketahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak.

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{PW \text{ Benefit}}{PW \text{ Cost}}$$

(Gittinger, 1986:90)

Keterangan:

PW Benefit : *Present Worth Benefit* (manfaat yang dinilai dengan harga pasar/sekarang)

PW Cost : *Present Worth Cost* (biaya yang dinilai dengan harga sekarang)

Jika B/CRatio > 1, maka usaha tersebut layak atau menguntungkan, sedangkan

Jika B/C Ratio < 1, maka usaha tersebut tidak layak/rugi.

b. Analisis *Margin* Tataniaga antar Jenjang Tataniaga

Untuk mengetahui *margin* tataniaga antar jenjang tataniaga dapat menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

Keterangan:

M_{ji} : *Margin* Tataniaga pada Lembaga ke-I (Rp/Kg)

P_{si} : Harga Penjualan Lembaga Tataniaga ke-i (Rp/Kg)

P_{bi} : Harga Pembelian Lembaga Tataniaga ke-i (Rp/Kg)

c. Tingkat Kemerataan *Margin* antar Produsen Dengan Metode Intersep Deviasi Relative Rata-Rata

No. Responden	M_{ji}	$d_i = m_{ji} - \bar{M}$	Intersep
1	$Id = \frac{\bar{d}}{\bar{M}} \times 100\%$
2	
3	
4	
...	
Jumlah	
Rata-rata	$\bar{M} =$	$\bar{d} =$	

d. Tingkat Kemerataan *Margin* Setiap Jenjang Tataniaga Menggunakan Intersep Deviasi Relative Rata-Rata

No. Jenjang	Mt	$di = Mt - \overline{Mt}$	Intersep
1	$Id = \frac{\bar{d}}{\overline{Mt}} \times 100\%$
2	
3	
4	
...	
Jumlah	
Rata-rata	$\overline{Mt} =$	$\bar{d} =$	

Dasar kaidah pengambilan keputusan pemerataan *margin* antar produsen dan antar jenjang tataniaga.

Tabel 12. Kaidah keputusan pemerataan *margin*

No	Standar Deviasi (%)	Kriteria	Simpulan
1	0 – 19,99	Sangat Merata	Efsien
2	20 – 39,99	Merata	Telah Efsien
3	40 – 59,99	Cukup Merata	Cukup Efsien
4	60 – 79,99	Kurang Merata	Tidak Efsien
5	$\geq 80 \%$	Sangat Kurang Merata	Sangat Tidak Efsien

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Margin* tataniaga antar peternak di Kecamatan Way Lima rata-rata mencapai Rp757/kg dengan rata-rata harga jual Rp Rp20.646/kg dan biaya per unit sebesar Rp Rp19.889/kg telur. Dari perolehan rata-rata *margin* maka diperoleh hasil intersep deviasi rata-rata sebesar 5,70% yang berarti bahwa *margin* yang diperoleh peternak di Kecamatan Way Lima menyebar secara sangat merata atau sangat efisien.
2. Hasil penelitian menunjukkan efisiensi tataniaga antar jenjang cukup efisien dengan persentase sebesar 42% yang berarti bahwa *margin* yang diperoleh antar jenjang (peternak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer) menyebar cukup merata dengan *Margin* tataniaga pada jenjang ke-2 (pedagang pengepul) mencapai Rp Rp1.786 lebih tinggi dari *margin* yang diperoleh lembaga tataniaga jenjang ke-1 (produsen) sebesar Rp757/kg dan lembaga tataniaga jenjang ke-3 (pedagang pengecer) sebesar Rp792/kg.

B. Saran

Berdasarkan hasil implikasi penelitian, maka diperoleh saran/rekomendasi yang dapat dilakukan yaitu:

1. Agar dapat mengembangkan usaha peternakan, Peternak disarankan untuk menambah modal usaha, melakukan efisiensi biaya, serta melakukan efisiensi alokasi faktor produksi sehingga *margin* yang diperoleh peternak dapat lebih meningkat.
2. Untuk memperoleh pemerataan *margin* antar jenjang tataniaga yang lebih merata, peternak dan pedagang pengecer dapat meningkatkan *margin* sehingga *margin* yang diperoleh tidak terlalu rendah dibanding *margin* yang diperoleh pedagang pengepul.
3. Perlu dilakukan penelitian ulang untuk dapat memperoleh efisiensi alokasi faktor produksi serta untuk menentukan saluran tataniaga yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. *Populasi Ayam Ras Petelur menurut Provinsi (Ekor), 2017-2019*. Bps.go.id. Dari <<https://www.bps.go.id/indicator/24/477/1/populasi-ayam-ras-petelur-menurut-provinsi.html>> diakses pada 05 Oktober 2020 pukul 16:07.
- Badan Pusat Statistik. *Produksi Telur Ayam Petelur menurut Provinsi (Ton), 2017-2019*. Bps.go.id. Dari <<https://www.bps.go.id/indicator/24/491/1/produksi-telur-ayam-petelur-menurut-provinsi.html>> diakses pada 28 Oktober 2020 pukul 13:35.
- Bambang, Riyanto. 2011. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Chandra, A., Ismudiono, & Soegianto, D. (2015). Analisis Tata Niaga Telur Ayam Ras (Layer) Sistem Kemitraan Ud. Jatinom Indah Kabupaten Blitar. *Jurnal Agroveteriner, Vol.3*.
- Dr. J.P. Sitanggang. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi II. Buku I. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Fadil, M., Kalaba, Y., & Muis, A. (2017). Analisis Margin Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Usaha Peternakan "Cahaya Aris Manis" Di Desa Langaleso Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi Marketing Margin Analysis of Chicken Egg Farms in Business Ras "Cahaya Aris Manis" at The Village Langal. *E-J. Agrotekbis, 5(3)*, 385–393.
- Hanafiah, A.M. dan Saefudin A.M. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. ANDI. Yogyakarta.
- Hartomo, Giri. 2018. *Peternakan Jadi Kunci Penting Perekonomian Indonesia, ini Penjelasannya*. Economy.okezone. Dari <<https://economy.okezone.com/read/2018/07/04/320/1917701/peternakan-jadi-kunci-penting-perekonomian-indonesia-ini-penjelasannya>> diakses pada 05 Oktober 2020 pukul 14:23.
- Munawir. 1995. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.

- Musa, M dan Titi Nurfitri. 1988. *Metodologi Penelitian*. Fajar Agung. Jakarta.
- Nasruddin, Wasrob dan Ahmad Musyadar. 2015. *Tataniaga Pertanian*. Edisi II. Universitas Terbuka. Tangerang Selatan.
- Pemerintah Indonesia, 1999. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Pasar Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian BUMN*. Dari <<https://jdih.bumn.go.id/lihat/UU%20Nomor%205%20Tahun%201999>>
- Pemerintah Indonesia, 2003. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. Kementerian Perindustrian*. Dari <https://kemenperin.go.id/kompetensi/UU_13_2003>
- Pemerintah Indonesia, 2014. *Kamus Pusat Data dan Informasi. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*. Dari <https://pusdatin.kemkes.go.id/index.php?category=folder&option=view&content_id=kamus&id=structure-kamus&pgn=0&txtKeyword=produktif&charindex=AL>
- Pemerintah Indonesia. 2014. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 Tentang Peternakan Dan Kesehatan Hewan. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan*. Dari <<https://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/regulasi/abcf589a34b48ddb743ffc5bdfb50d87>>
- Pindyck, Robert, S., & Daniel, L., Rubinfeld. 2012. *Microeconomics*. Putera, Devri Bernadi. Erlangga. Jakarta.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis, Edisi I*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Putritamara, J. A., Fanani, Z., & Utami, H. D. (2016). *Efisiensi Pemasaraan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*. Wacana, Jurnal Sosial Dan Humaniora, 19(01), 1–11. <<https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2016.019.01.1>>
- Rasyaf, M. 1991. *Pengelolaan Produksi Telur, Edisi II*. Kanisius. Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 2003. *Manajemen Peternakan Ayam Petelur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Riswandi, D. I., & Oktariza, W. (2015). *Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng dan Ikan Tongkol di DKI Jakarta*. Jurnal Sains Terapan, 5(1), 60–73.

- S, Slamet Sugiri. 2015. *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Pertanian Teori dan Aplikasi*. Rajawali. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. Bandung.