

EFESIENSI TATANIAGA AYAM RAS BROILER DI KABUPATEN MESUJI

(Skripsi)

Oleh :

LAILATUL NASIH

1711021110



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

EFISIENSI TATANIAGA AYAM RAS BROILER DI KABUPATEN MESUJI

Oleh

LAILATUL NASIH

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemerataan *margin* (efisiensi tataniaga) antar produsen ayam ras (horizontal) dan antar jenjang (vertikal) di Kecamatan Way Serdang. 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 relative 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.

ABSTRAK***EFISIENSI TATANIAGA AYAM RAS BROILER DI KABUPATEN MESUJI******BY******LAILATUL NASIH***

This Research aims to determine the level of margin equality (commerce efficiency) between purebred chicken producers (horizontal) and between levels (vertical) in Way Serdang District. The analytical method used in this research is quantitative descriptive, the type of data used in this research is primary data, while for data collection the observation, questionnaire and interview methods are used. The data that has been processes is then analyzed using trading efficiency margin analysis with the average relative deviation intercept method. The result of this research show that the level of margin equality obtained by farmers (horizontal) is spread evenly or efficiently, while the spread of margins between levels of the trading system (vertical) is in an uneven or inefficient position.

Keywords : Margin, Trading system Efficiency, Trading Channel

EFESIENSI TATANIAGA AYAM RAS BROILER DI KABUPATEN MESUJI

Oleh

Lailatul Nasih

1711021110

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
2024**

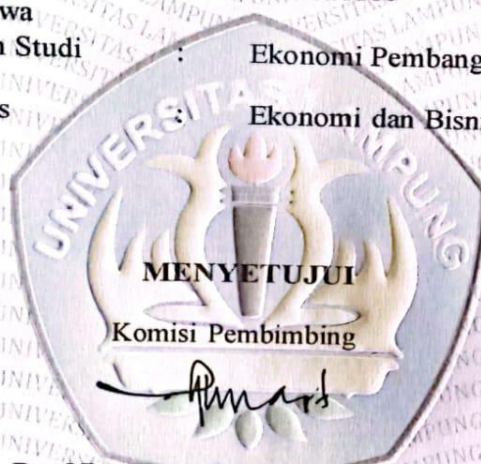
Judul Skripsi : Efisiensi Tataniaga Ayam Ras
Broiler di Kabupaten Mesuji

Nama Mahasiswa : Jailatul Nasih

Nomor Pokok Mahasiswa : 1711021110

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



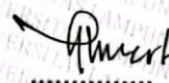
Prof.Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP. 19560325 198303 1 002

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

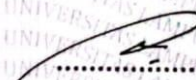
Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.Si.
NIP. 19800705 200604 2 002

MENGESAHKAN**I. Tim Penguji**

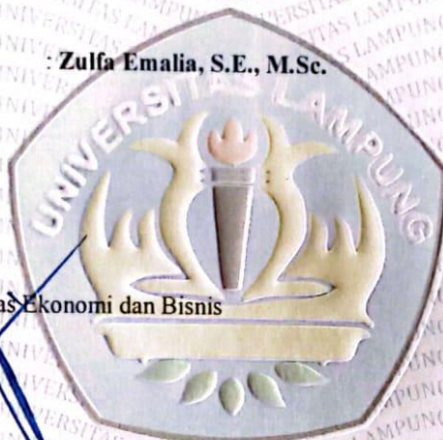
Ketua : Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.



Penguji I : Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.



Penguji II : Zulfa Emalia, S.E., M.Sc.

**2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Maret 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Bandar Lampung, 05 Maret 2024

Penulis



Lailatul Nasih

RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Lailatul Nasih dilahirkan di Mesuji pada tanggal 03 Maret 1998, sebagai anak kedua dari empat bersaudara pasangan bapak Rosidin dan Ibu Warsini. Penulis memiliki satu kakak yang bernama Devi Susanti dan dua adik yang bernama Wiwi Roida dan Silfi Afrilia.

Penulis memulai pendidikan formal pada tahun 2004 di SDN 03 Fajar Baru Kabupaten Mesuji dan lulus pada tahun 2010. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 02 Panca Jaya Kabupaten Mesuji dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis meneruskan pendidikan di SMK N 01 Simpang Pematang dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2017 penulis diterima Perguruan Tinggi Universitas Lampung melalui jalur PMPAP (Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan) di Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama menjadi Mahasiswa di Universitas Lampung, Penulis juga pernah aktif pada Lembaga Kemahasiswaan Universitas Lampung aktif sebagai Staf bidang Aksi dan Propaganda, Kemudian penulis juga pernah aktif sebagai Kesekretariatan pada Lembaga Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yaitu EBEC (*Economic and Business Entrepreneur Club*), Penulis pernah mengikuti KKL (Kuliah Kerja Nyata Lapangan) yaitu mengunjungi BAPENAS, Kebijakan Fiskal dan Publik, Bank Indonesia di Kota Jakarta Tahun 2019. Pada Tahun 2020 penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) selama 40 Hari di Desa Bandar Baru Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat.

MOTTO

“Dan Bersabarlah kamu, sesungguhnya Janji Allah adalah benar”

(Qs. Ar-Ruum60)

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita melawati ini semua yang mereka ingin tahu hanya bagisn *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang yaa😊”

-Ln

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahirrobbil'alaamiin puji syukur kehadiran Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, serta berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Penulis persembahkan karya sederhana ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada :

Kedua Orang Tuaku yang terhormat dan tercinta Bapak Rosidin dan Ibu Warsini, yang penulis sangat banggakan, Sosok penyemangat terbesar dalam hidup yang sudah kasih kepercayaan yang begitu besar. Yang tiada henti melangitkan Doa untuk anak perempuan nya cinta kasih perhatian dan motivasi yang tiada terhingga untukku agar terus maju dan menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi. Untuk Kaka Perempuanku yang sangat amat aku sayangi Devi Susanti dan adik adikku Wiwi Roida dan Silfi Afrilia terimakasih untuk dukungan , canda, tawa cinta dan kasih sayang kalian yang selalu diberikan dalam mendukung semua pencapaian

serta doa yang tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Efisiensi Tataniaga Ayam Ras Broiler Di Kabupaten Mesuji”** Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis sadar akan banyak kekurangan yang dimiliki, sehingga tidak akan berjalan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Arivina Ratih Y.T, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan motivasi, nasihat dan saran selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
4. Bapak Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing atas waktunya memberikan bimbingan kepada penulis dengan penuh kesabaran, dukungan dan saran, serta motivasi yang luar biasa hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Ibu Asih Murwati, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang senantiasa memberi pengarahan, kritik dan saran, serta dukungan dan bantuan kepada penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang senantiasa memberi

pengarahan, kritik dan saran, serta dukungan dan bantuan kepada penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah memberpikan Ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Seluruh Staff dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan yang telah memberikan banyak sekali bantuan dan pelayanan untuk kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teristimewa untuk kedua Orang Tuaku tercinta, Bapak Rosidin dan Ibu Warsini yang telah merawat, membimbing, mendidik, menyayangi, mendoakan, memotivasi, selalu memberikan dukungan, doa dan restu dalam setiap langkah yang ku lalui.
10. Kaka perempuanku dan adik-adikku tersayang. Terima Kasih untuk cinta dan kasih saying yang tiada akhir.
11. Keponakan-keponakanku tersayang Inolla dan Dirly yang telah memberikan doa, dorongan semangat, dan senantiasa menghibur penulis selama proses perkuliahan ini.
12. Sahabat- Sahabat ku tersayang Mutiara, Dita,Ririk,Rahma,Dina,Intan, Adin yang selalu memberikan doa dan saling support serta kebersamaan yang kita lalui bersama.
13. Sahabat-sahabat “Rumah27” Indah, Nadia, Dinda, Laras Adek adek satu kosan tersayang Nanda dan Ananda, yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
14. Sahabat-sahabatku sejak SMK, Neni dan Anaa yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
15. Sahabat sahabatku Seperjuangan skripsi Aziz, Arvenda, Putri, Pebri,Laras Megeas yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, memberikan doa dan semangat.
16. Rekan-rekan Jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2017 yang tidak mampu penulis sebutkan satu per satu, yang selalu memberikan doa dan saling support.

17. Kakak dan Adik tingkat Ekonomi Pembangunan 2016 dan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang selalu memberikan doa dan semangatnya.
18. Rekan-rekan Kuliah Kerja Nyata Periode 1 Januari-Februari 2020 Indah, Zahra, Evi, Dedy, Rifky yang selalu memberikan doa dan semangatnya kepada penulis.
19. Teman Teman Jurusan Ekonomi Pembangunan 2017 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
20. Almamater yang kebanggakan, Universitas Lampung.
Semoga Allah SWT dengan Ridho-Nya membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga karya ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis pribadi dan para pembaca lainnya, Amiin.

Bandar Lampung,
Penulis

Lailatul Nasih

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	9
1. Tataniaga	9
2. Fungsi Tataniaga	11
3. Saluran Tataniaga	13
4. Lembaga Tataniaga	29
5. Biaya Tataniaga	30
6. Efisiensi Tataniaga	31
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pemikiran	39
D. Hipotesis Penelitian	41
III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Ruang Lingkup Penelitian	43
D. Jenis dan Sumber Data	43

E. Metode Pengumpulan Data.....	43
F. Metode Penentuan Responden.....	44
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Analisis Saluran Tataniaga.....	45
2. Analisis Lembaga Tataniaga.....	45
3. Analisis <i>Margin</i> Tataniaga.....	46
a. Analisis Margin Tataniaga antar Produsen	37
b. Analisis Margin Tataniaga antar Jenjang Tataniaga	38
c. Tingkat Kemerataan Margin setiap Produsen dengan Metode Interse Deviasi Relative Rata-Rata	39
d. Tingkat Kemerataan Margin setiap jenjang Tataniaga dengan Metode Intersep Deviasi Relative Rata-Rata	39
.....	
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Geografis.....	40
B. Keadaan Umum Responden	40
1. Umur.....	40
2. Jenis Kelamin.....	41
3. Tingkat Pendidikan.....	42
4. Jumlah Tanggungan Keluarga	43
5. Lama Usaha	44
C. Saluran Tataniaga	45
1. Saluran Pertama.....	45
2. Saluran Kedua	46
3. Saluran Ketiga	46
D. Lembaga Tataniaga.....	46
1. Peternak Ayam Broiler	47
2. Pedagang Pengepul.....	48
3. Pedagang Pengecer	49
E. Perilaku Pasar.....	50
1. Proses Pembentukan Harga	50

2. Mekanisme Pembayaran	50
3. Kerjasama antar Lembaga Tataniaga.....	51
F. Efisiensi Tataniaga pada Tingkat Produsen	51
1. Analisis Investasi dan Penyusutan (Barang Modal)	51
2. Biaya Variabel	53
3. Laporan Laba Rugi	58
4. Kemerataan <i>Margin</i> Tataniaga antar Produsen	59
G. Efisiensi Tataniaga antar Jenjang	60
1. <i>Margin</i> Pedagang Pengepul	59
2. <i>Margin</i> Pedagang Pengeecer	59
3. Kemerataan <i>Margin</i> antar Jenjang	60
H. Implikasi Hasil Penelitian.....	60
 V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	63
B. SARAN.....	63
 DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	7

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman	Halaman
1.1 PDB Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan atas dasar Harga Berlaku (2018-2019)	1
1.2 Kontribusi Sub Sektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian, Peternakan, Pemburuan dan Jasa Pertanian (2018-1019)	2
1.3 Populasi Unggas di Provinsi Lampung (2018-2019)	3
1.4 Kontribusi Populasi Ayam Broiler di Kabupaten Terhadap Provinsi Lampung (2018-2019)	4
1.5 Jumlah Populasi Ayam Broiler di Kabupaten Mesuji (2018-2019)	5
2.1 Daftar Populasi Peternak di Kecamatan Way Serdang.....	20
2.2 Operasional Variabel	36
2.3 Biaya Produksi.....	37
2.4 Kaidah Keputusan Kemerataan Margin.....	39
3.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	41
3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
3.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tnggungan Keluarga.....	44
3.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lamanya Usaha	45
3.6 Fungsi Lembaga Tataniaga.....	47
3.7 Rata-Rata Biaya Investasi Peternak di Kecamatan Way Serdang	52

3.8 Rata-Rata Biaya Variabel Peternak di Kecamatan Way Serdang	54
3.9 Rata-Rata Biaya Tenaga Kerja Peternak	56
3.10 Rata-Rata Laporan Laba Rugi	59
3.11 Tingkat Kemerataan <i>Margin</i> antar Produsen.....	60
3.12 Tingkat Kemerataan <i>Margin</i> antar Jenjang Tataniaga.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Fungsi-Fungsi Tataniaga	14
2.2 Saluran Tataniaga	16
2.3 Kurva Margin Tataniaga antar Permintaan Primer dan Permintaan Turunan.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran Efisiensi Tataniaga Ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang.....	26
3.1 Saluran Tataniaga Model 1.....	42
3.2 Saluran Tataniaga Model 2.....	43
3.3 Saluran Tataniaga Model 3.....	43

I. PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Sub sektor peternakan mengandung peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 41 Tahun 2014 yang merupakan perbaikan dari Undang-Undang No. 18 Tahun 2009 tentang peternakan dan kesehatan hewan, peternakan mencakup semua aspek yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit, bakalan, ternak ruminansia indukan, pakan, alat dan mesin peternakan, budidaya ternak, panen, pascapanen, pengolahan, pemasaran, pengusahaan, pembiayaan, serta sarana dan prasarana. Subsektor peternakan mempunyai potensi untuk meningkatkan pendapatan nasional. Pertumbuhan subsektor peternakan terbukti lebih tinggi dibandingkan dengan subsektor lain dalam sektor pertanian.

Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan berdasarkan 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)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, kontribusi subsektor peternakan terhadap PDB Nasional meningkat dari 1,57% pada tahun 2018 menjadi 1,62% pada tahun 2019. Subsektor peternakan merupakan subsektor dengan pertumbuhan tertinggi dibandingkan dengan subsektor lainnya dalam sektor pertanian, peternakan, pemburuan, dan jasa pertanian, dengan laju pertumbuhan sebesar 0,05%.

Tabel 1.2 Kontribusi Sub Sektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian, Peternakan, Pemburuan, 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)

Ditahun 2018 sub sektor peternakan berkontribusi sebesar 16,44% kemudian naik sebesar 17,23% ditahun berikutnya yang berarti kontribusi sub sektor peternakan mengalami peningkatan sebesar 0,79%. Kenaikkan kontribusi sub sektor peternakan merupakan yang terbesar dibandingkan sub sektor lainnya. Subsektor peternakan tersusun menjadi dua bagian: ternak hewan besar, ternak unggas. Ternak hewan besar mencakup sapi perah, sapi potong, kerbau, kuda, kambing, domba, dan babi. Sementara itu, ternak unggas mencakup 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 1.3 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 Lampung, 2018-2019)

Data diatas menunjukkan jumlah populasi unggas yaitu 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 broiler merupakan populasi unggas terbanyak ketiga di Provinsi Lampung dengan persentase tingkat kenaikan jumlah populasi sebesar 0,13%.

Peternakan unggas ayam merupakan salah satu sub sektor peternakan yang menyediakan kebutuhan protein bagi masyarakat, Protein merupakan bagian dari komponen penting dalam tubuh yang berperan dalam membentuk tulang, otot, tulang rawan, kulit, dan darah. Protein juga berfungsi membangun, memperkuat, dan menggantikan 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 1.4 Kontribusi Populasi Ayam Ras Broiler di 11 Kabupaten dengan Kontribusi Terbesar di Provinsi Lampung 2019.

Wilayah	2019	%
Tanggamus	843.015	0,02
Lampung Selatan	15.827.148	0,4
Lampung Timur	5.912.200	0,14
Lampung Tengah	5.064.827	0,12
Lampung Utara	3.134.091	0,07
Way Kanan	64.000	0,02
Tulang Bawang	208.542	0,005
Pesawaran	3.194.121	0,07
Pringsewu	1.171.741	0,03
mesuji	521.077	0,01
Tulang Bawang Barat	1.742.417	0,04
Pesisir Barat	3.508	0,8
Bandar Lampung	13.000	0,003
metro	3.003.276	0,7

(sumber: BPS Lampung, 2018-2019)

Data diatas memperlihatkan kontribusi masing-masing kabupaten di provinsi lampung terhadap jumlah populasi ayam broiler, dengan kontribusi terbesar dari Kabupaten Lampung Timur yaitu sebesar 0,14% di tahun 2019. Di Provinsi Lampung Kabupaten dengan kontribusi terbesar kedua pada tahun 2012 adalah Kabupaten Lampung Tengah, dengan kontribusi sebesar 0,12%. Diikuti oleh Kabupaten Pesisir Barat Sebesar 0,8% ditahun 2019, diikuti oleh Kabupaten Pesawaran sebesar 0,7% ditahun 2019, Kabupaten metro sebesar 0,7% ditahun 2019 untuk Kabupaten dengan kontribusi terbesar kelima di Provinsi Lampung.

Tabel 1.5. Jumlah Populasi Ayam Ras Broiler di Kabupaten Mesuji 2018-2019

Wilayah	2019	%
Tanggamus	843.015	0,02
Lampung Selatan	15.827.148	0,4
Lampung Timur	5.912.200	0,14
Lampung Tengah	5.064.827	0,12

Lampung Utara	3.134.091	0,07
Way Kanan	64.000	0,02
Tulang Bawang	208.542	0,005
Pesawaran	3.194.121	0,07
Pringsewu	1.171.741	0,03
mesuji	521.077	0,01
Tulang Bawang Barat	1.742.417	0,04
Pesisir Barat	3.508	0,8
Bandar Lampung	13.000	0,003
metro	3.003.276	0,7

Menurut data dari Dinas Peternakan Kabupaten Mesuji, Kecamatan Way Serdang merupakan kecamatan dengan jumlah populasi ayam broiler yang paling banyak dengan jumlah 260.538 Ribu Ekor Aya Broiler pada tahun 2019.

Peternakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan efisien memanfaatkan faktor-faktor produksi. Ini mencakup penggunaan faktor produksi secara efisien. Peternakan ayam broiler menghadapi berbagai masalah, salah satunya adalah ayam broiler yang tidak dapat menghasilkan secara optimal. Produksi yang tidak maksimal menyebabkan pendapatan peternak menjadi rendah. Di samping itu, biaya produksi yang tinggi juga berdampak pada tingkat pendapatan peternak. Produksi adalah aktivitas yang dilaksanakan untuk menghasilkan nilai guna barang, yaitu menciptakan barang baru agar yang lebih bermanfaat untuk dapat memenuhi kebutuhan.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat produksi ayam broiler adalah pemberian pakan ternak. Masalah muncul ketika pakan memiliki kualitas yang kurang baik, yang dapat mengakibatkan pertumbuhan ayam broiler tidak maksimal atau hasil produksi ayam broiler yang kurang optimal. Sedangkan untuk pakan dengan kualitas yang baik akan berpengaruh terhadap optimalnya ayam broiler dalam berproduksi. Kenaikan harga pakan ayam broiler berkontribusi pada peningkatan biaya produksi peternak, yang pada gilirannya memengaruhi harga ayam di pasaran. Berdasarkan hasil prasurevei,

harga ayam broiler berfluktuasi sesuai dengan harga posko ayam. Pada 31 Juli 2021, harga ayam broiler di tingkat peternak berada di kisaran Rp28.000/Kg, di tingkat pengepul Rp29.000/Kg, dan di tingkat pengecer Rp30.000/Kg.

Dalam mengelola usaha peternakan ayam broiler, setiap peternak perlu memahami unsur penting dalam produksi. Tahap Awal dalam usaha peternakan adalah pembibitan. Dengan bibit ayam broiler yang berkualitas, akan dihasilkan ayam broiler yang berkualitas juga. Selain pembibitan, pemberian pakan ternak ayam broiler juga merupakan aspek penting dalam kelangsungan proses produksi

Apabila jumlah pakan yang diberikan tidak tepat dengan standar kebutuhan ayam, hal itu dapat menyebabkan peningkatan biaya produksi dan penurunan jumlah produksi daging ayam. Selain itu, takaran atau campuran pakan ayam yang tidak sesuai juga dapat mengakibatkan ketidakseimbangan dalam proses produksi. Pakan merupakan kendala umum dari produksi ayam, mahalnnya harga pakan menyebabkan peternak ayam harus mengeluarkan biaya untuk proses produksi ayam yang baik. Selain pakan, cuaca juga menjadi kendala dalam proses produksi. Selain pakan, cuaca juga merupakan faktor yang menghambat proses produksi. Cuaca buruk dapat mengganggu kesehatan ternak, yang pada akhirnya memengaruhi produksi daging ayam menjadi tidak optimal. Berkembangnya produksi ayam broiler dari tahun ke tahun menghadirkan tantangan dalam hal pemasaran. Pemasaran menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan demi meningkatkan pendapatan peternak. Ketika hasil produksi ayam broiler tidak dipasarkan dengan efektif, peternak akan mengalami kerugian. Salah satu langkah untuk meningkatkan strategi pemasaran adalah menetapkan saluran distribusi. Saluran distribusi merujuk pada jaringan institusi yang terlibat dalam mengalirkan suatu prodak dari produsen ke konsumen. Proses distribusi ini bisa melibatkan perantara atau langsung dilakukan dari produsen kepada konsumen.

Peternak ayam broiler di Kecamatan Way Serdang menghadapi kendala pemasaran. Salah satu faktor tersebut adalah tingginya harga yang ditetapkan

oleh broker atau pedagang besar. Penentuan saluran tataniaga dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor untuk menentukan saluran yang paling efektif. Tingginya harga yang ditetapkan oleh broker menyebabkan harga ayam meningkat sehingga menyulitkan peternak untuk memasarkan ayam broiler. Selain itu, kendala yang dialami oleh peternak di Kecamatan way serdang terletak pada jangkauan pasar. Jauhnya pasar menyebabkan biaya operasional pengangkutan atau pemasaran yang dikeluarkan oleh peternak semakin banyak, peternak harus membayar lebih mahal untuk mengantar ayam broiler yang akan dijual sehingga biaya pemasaran ayam broiler ditanggung oleh peternak itu sendiri.

Oleh sebab itu, peternak harus menetapkan saluran tataniaga ayam broiler di Kecamatan Way serdang, Di Kecamatan Way Serdang, tataniaga atau pemasaran adalah proses Distribusi dari produsen ke konsumen, bisa melalui perantara atau langsung. Kesalahan dalam menetapkan saluran tataniaga dapat menyebabkan kerugian bagi peternak, Para peternak ayam broiler memanfaatkan beberapa saluran distribusi untuk mendistribusikan hasil produksi mereka, yang paling umum adalah saluran produsen-pengecer-konsumen. Memilih saluran tataniaga yang lebih efektif akan membantu peternak meningkatkan sistem pemasarannya dan mendapatkan keuntungan melalui peningkatan penjualan ayam broiler. Dari penjelasan sebelumnya, Peneliti tertarik untuk mengkaji efisiensi dalam sistem tataniaga, dengan mempertimbangkan saluran tataniaga, dan lembaga-lembaga yang terikat di dalamnya, serta margin tataniaga, baik dari perspektif produsen maupun dalam jenjang tataniaga yang dilakukan di Kecamatan Way Serdang. Margin tataniaga merujuk terhadap perbedaan harga antara harga yang dibayar produsen dan harga yang dibayar oleh konsumen. Oleh sebab itu, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul "Efisiensi Tataniaga Ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang".

I.KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

.Landasan Teori

1.Tataniaga

Menurut Hanafiah dan Saefudin (2006:2), tataniaga termasuk dalam usaha produksi karena melibatkan kegiatan terkait dengan penyusunan atau peningkatan nilai barang dan jasa. Manfaat yang dihasilkan oleh tataniaga fungsi tempat, waktu, dan kepemilikan. Kegunaan waktu mengacu pada faedah yang diperoleh dari barang-barang setelah mengalami perubahan waktu. Kegunaan tempat merujuk pada faedah yang lebih besar dari barang-barang karena perpindahan tempat. Sedangkan kegunaan kepemilikan menunjukkan bahwa barang-barang memiliki nilai karena adanya perubahan kepemilikan atas barang tersebut.

Pemasaran dapat dipandang sebagai proses sosial dan penyelenggaraan di mana individu atau kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menyusun, menawarkan, dan bertukar produk yang memiliki nilai atau manfaat satu sama lain. Ini merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan untuk mengalihkan barang dan/atau jasa dari produsen kepada konsumen. (Hanafie, 2010:205) Tataniaga peternakan adalah kegiatan pemasaran yang terfokus pada produk ternak. Tataniaga atau pemasaran melibatkan identifikasi yang dibutuhkan pelanggan, pengembangan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan tersebut, penetapan program promosi dan kebijakan harga, serta penerapan sistem distribusi untuk mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan atau konsumen. Secara sederhana, tataniaga mirip dengan pemasaran, di mana melibatkan proses pendistribusian suatu barang dari produsen ke konsumen, baik melalui perantara maupun

secara langsung.

Menurut Nasruddin dan Musyadar (2015:1.7) Tataniaga atau pemasaran pertanian meliputi seluruh aktifitas yang terkait dengan pemindahan kepemilikan dan fisik, barang-barang hasil pertanian serta kebutuhan usaha pertanian dari produsen ke konsumen. Ini meliputi kegiatan yang mengubah bentuk barang untuk memudahkan distribusinya dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Hanafie (2010:206). Terdapat lima konsep pemasaran yang menjadi cara produsen melakukan kegiatan pemasarannya, sebagai berikut:

1. Konsep berwawasan produksi

Konsep berwawasan produksi adalah salah satu gagasan tertua yang menilai bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan harganya yang murah, hal ini dapat benar dalam dua situasi. Pertama, permintaan akan barang melebihi penawaran, artinya konsumen ingin mendapatkan barang tanpa memperhatikan keadaan detailnya dan pemasok barang akan memusatkan perhatiannya pada meningkatnya 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

Teori ini menyatakan jika konsumen akan memilih produk yang memiliki kualitas, kinerja optimal, atau inovasi lainnya. Produsen akan fokus pada upaya meningkatkan produk mereka dan terus menyempurnakannya, karena percaya bahwa pembeli cenderung lebih suka produk yang berkualitas dan dapat menilai mutu serta produktifitas produk tersebut. Produsen yang mengikuti konsep berwawasan produk sering kali merancang produk tanpa melibatkan masukan dari konsumen.

3. Konsep berwawasan menjual

Konsep ini menyatakan bahwa apabila konsumen dibiarkan saja, maka tidak akan membeli produk dalam jumlah besar, sehingga perlu dilakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Konsep sering diterapkan ketika produsen memiliki kelebihan daya tampung.

4. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini menyatakan bahwa untuk mencapai suatu tujuan, hal yang penting adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar, menetapkan target, serta menyediakan kepuasan yang diinginkan dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaingnya. Konsep pemasaran yang berwawasan ini berlandaskan pada empat pilar utama, yakni pasar sasaran, kebutuhan konsumen, pemasaran yang terkoordinir, dan pencapaian keuntungan. Konsep ini juga memperhatikan dimensi sosial dari pemasaran.

Konsep ini meyakini bahwa peran produsen adalah mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasarannya, lalu untuk memenuhinya dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya. Pendekatan ini bertujuan untuk menghindari potensi konflik antara keinginan, kepentingan, dan kesejahteraan jangka panjang konsumen. Konsep pemasaran yang berwawasan masyarakat ini mengajak pemasar untuk menyeimbangkan tiga faktor utama dalam penetapan kebijakan pemasaran, yakni keuntungan produsen, kepuasan konsumen, dan kepentingan umum..

2. Fungsi Tataniaga

Fungsi tataniaga mempelajari segi banyaknya kegiatan yang dilakukan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen, aktivitas ini bisa dilakukan oleh koperasi atau lembaga tataniaga swasta. Menurut Nasrudin dan Musyadar (2015:1.19), terdapat tiga jenis fungsi tataniaga.

1. Fungsi pertukaran (*exchange functions*)

Fungsi pertukaran meliputi aktivitas yang berkaitan dengan transfer hak kepemilikan dalam tataniaga, yang terdiri dari fungsi pembelian dan penjualan. Pada setiap tingkat saluran tataniaga, dilakukan fungsi pembelian. Pada tingkat awal, pembelian melibatkan interaksi antara petani produsen dengan pedagang pengumpul (tengkulak) atau pengolah (prosesor), serta pedagang besar, pengecer, atau bahkan langsung dengan konsumen akhir. Begitu juga, fungsi penjualan dilakukan karena adanya permintaan dari konsumen. Penjualan memerlukan pertimbangan yang matang, terutama terkait dengan jenis produk dan strategi pemasaran untuk membedakan produk dari pesaing.

2. Fungsi fisik (*Physical Functions*)

Fungsi fisik bertujuan untuk merancang kegunaan pada produk dalam hal tempat, waktu, dan bentuk saat dipasarkan. Tambahan nilai terhadap tempat, waktu, dan bentuk diberikan ketika produk diangkut, disimpan, dan diolah. Agar dapat dengan cepat dikonsumsi, beberapa produk harus diangkut. dalam waktu singkat setelah panen, sehingga kemampuan pengantaran harus memenuhi permintaan yang semakin meningkat dengan baik. kegunaan fisik mencakup kegiatan seperti pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan.

Fungsi pengantaran meningkatkan kegunaan tempat bagi produk pertanian yang dipasarkan. Sementara itu, fungsi penyimpanan merupakan aspek yang menambah kegunaan waktu pada produk, dan sangat vital untuk berbagai komoditas pertanian. Penyimpanan juga merupakan fungsi pemasaran yang memerlukan biaya yang signifikan.. Fungsi pengolahan adalah fungsi yang menambahkan nilai pada produk yang bergerak melalui saluran pemasaran dengan memberikan kegunaan bentuk tambahan. Dalam hal ini, para pengolah memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Proses pengolahan melibatkan satu atau lebih perusahaan yang secara bergantian meningkatkan nilai bentuk produk.

3. Fungsi penunjang (*Facilitating Functions*)

Dalam proses tataniaga, fungsi ini merupakan aktivitas-aktivitas yang membantu mengoptimalkan jalannya proses bisnis. Ini memungkinkan pelaku pasar untuk menjalankan tanggung jawabnya tanpa menanggung risiko finansial, serta membantu dalam merencanakan strategi pemasaran yang terstruktur dengan baik. Menurut Hanafie (2010:212), fungsi penunjang dalam proses tataniaga meliputi beberapa aspek, sebagai berikut.

a. Informasi pasar

Untuk menciptakan sistem pemasaran yang efisien, penting bagi pihak-pihak yang terlibat dalamnya untuk mendapatkan informasi yang memadai. Berbagai sumber dapat memberikan informasi pasar, termasuk selebaran pasar yang sering kali diterbitkan oleh perusahaan swasta dan mencakup faktor-faktor teknis dan dasar yang relevan untuk keputusan pemasaran.. Selain itu, penelitian pasar yang dilakukan oleh lembaga pendidikan juga dapat memberikan informasi tentang bagaimana operasi pasar yang efisien dan peluang agar membuka pasar baru atau merubah pasar yang sudah ada.

b. Penanggungan risiko

Pemegang komoditi menyikapi risiko sepanjang saluran pemasaran, yang terbagi dalam dua kelompok yaitu: resiko fisis seperti angin, kebakaran, banjir, pencurian, dan lain-lain, serta resiko pasar. Resiko pasar sulit ditangani karena mencakup penyimpangan harga, perubahan selera konsumen, atau perubahan sifat dasar persaingan. Terdapat 4 teknik untuk dapat membantu para produsen mengalihkan atau mengurangi resiko pasar yaitu: diversifikasi, integrasi vertikal, kontrak, dan hedging, serta pasar mendatang.

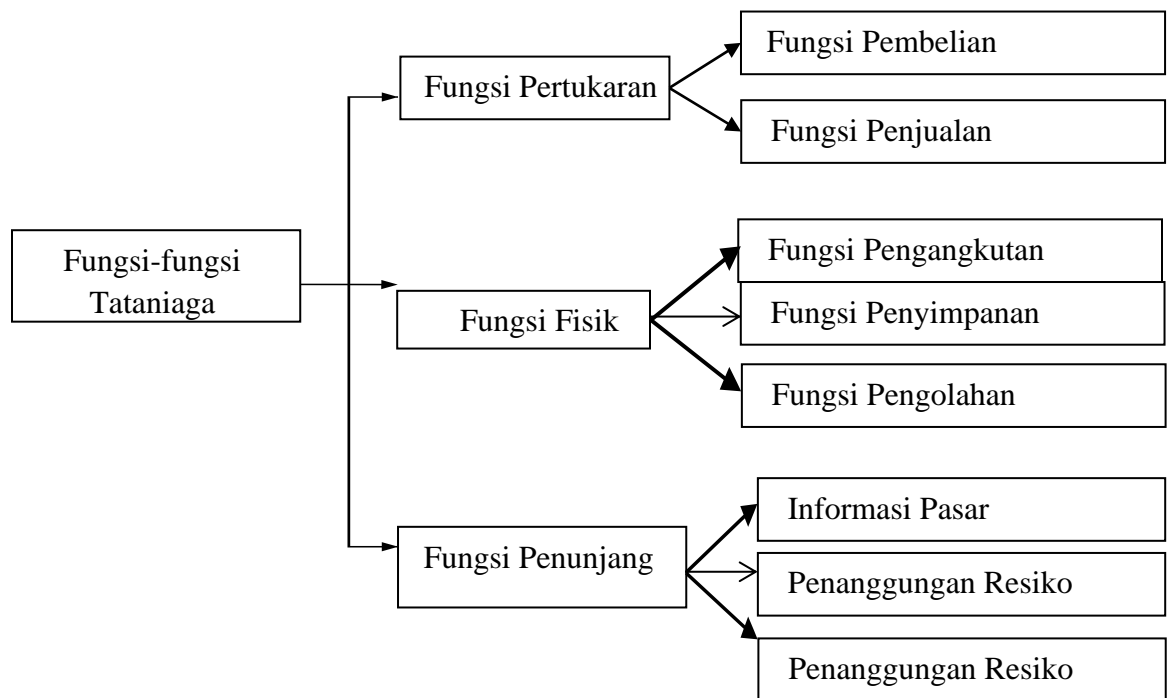
a. Standarisasi dan penggolongan mutu

Dengan penggolongan mutu yang baik, dari hasil-hasil pertanian dikategorikan ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda, masing-masing dilengkapi

dengan nama, etiket, dan harga tertentu. Sebagai hasilnya, pemasaran akan berjalan lebih efektif, dan produsen maupun konsumen akan terlindungi dari praktik yang kurang jujur dalam pemasaran.tersebut.

b. Pembiayaan

Perusahaan pemasaran yang benar-benar membeli dan memegang hak pemilik atas produk menyediakan pembiayaan ini. Pemilik menuntut tertanamnya dana pada proses pemasaran, untuk periode yang singkat.



Gambar 2.1 Fungsi –fungsi Tataniaga

3. Saluran Tataniaga

Menurut Kotler (2002:8) saluran tataniaga merupakan deretan lembaga yang melakukan fungsi-fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Secara singkat dapat diartikan bahwa saluran tataniaga merupakan sekumpulan lembaga-lembaga tataniaga yang dilalui guna menyalurkan/mendistribusikan barang dalam produsen ke konsumen. Bentuk saluran tataniaga dapat bervariasi, dari yang sederhana hingga rumit, tergantung 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, Masing-masing lembaga yang terpaut dalam penyaluran barang dan jasa akan mendapatkan keuntungan dari saluran tataniaga yang berbeda.

Saluran tataniaga diperlukan untuk mengetahui jalur mana dari sistem penyaluran barang yang lebih efisien untuk dilakukan, maka dari itu juga saluran tataniaga digunakan untuk mempermudah dalam mengetahui besaran *margin* yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga.

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

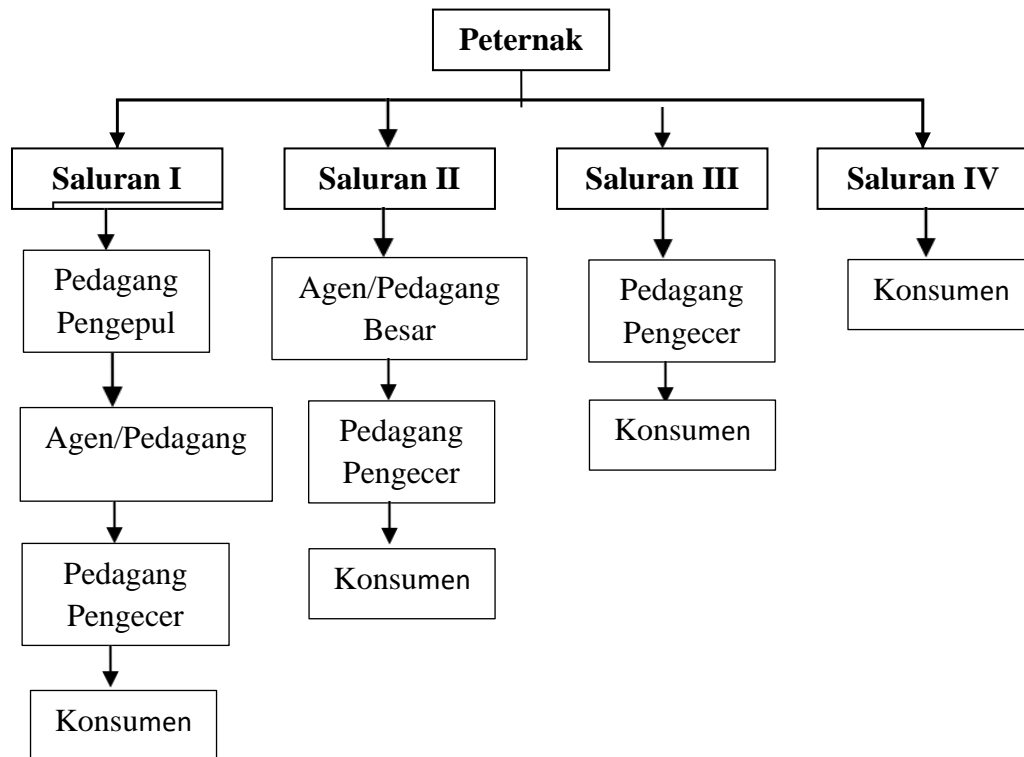
1. Pemasaran telur melalui agen atau penjual besar

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

2. Pemasaran telur langsung ke pengecer dan langsung ke konsumen akhir

Jalur terakhir ini akan memotong biaya tataniaga yang tidak perlu atau biaya

yang harusnya terbangun di jalur tataniaga itu akan menjadi bagian penerimaan untuk peternak. Jalur ketiga ini biasanya untuk distribusi terbatas dan dilakukan untuk pemasaran ayam ras broiler.



Gambar 2.2 Saluran Tataniaga Ayam Broiler

4. Lembaga Tataniaga

Beberapa lembaga terlibat dalam tataniaga pertanian yang dapat mengalirkan komoditas dari produsen hingga konsumen melalui berbagai kegiatan atau fungsi pertukaran, fisik, dan penunjang. Lembaga-lembaga ini dikenal sebagai perantara. (Nasrudin dan Musyadar, 2015:2.23).

Menurut Hanafiah dan Saefudin (2006:26) Lembaga-lembaga penyelenggara kegiatan atau fungsi tataniaga dengan memfasilitasi pergerakan barang dari produsen hingga konsumen disebut lembaga tataniaga. Termasuk dalam istilah ini adalah produsen, pedagang perantara, dan lembaga pemberi jasa. Dengan demikian, golongan yang terlibat dalam pelaksanaan fungsi tataniaga

termasuk dalam lembaga tataniaga, baik itu dalam bentuk kelompok maupun perorangan.

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

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

5. Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga mencakup biaya operasional yang dikeluarkan oleh setiap lembaga untuk pelaksanaan kegiatan atau fungsi tataniaga, serta keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga. Biaya operasi tataniaga dibagi menjadi dua kategori, yaitu biaya tetap (*fix cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak tergantung pada volume yang dipasarkan, seperti penyusutan. Biaya variabel dipengaruhi oleh volume barang yang dipasarkan, seperti biaya bensin untuk truk. (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.10).

Berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan atau dipertimbangkan dalam memahami biaya tataniaga sebagai berikut:

- a. Tempat karena letak geografis yang berbeda-beda dapat meningkatkan biaya tataniaga berupa biaya pemindahan (*transfer cost*), yang kemudian akan meningkatkan *margin* tataniaga.

- b. Perbaikan dalam sistem tataniaga yang berhubungan dengan waktu dapat meningkatkan efisiensi penggunaan waktu. Sebagai hasilnya, kegiatan penyimpanan dapat meningkatkan biaya tataniaga, yang kemudian akan meningkatkan margin tataniaga.
- c. Bentuk, dengan penambahan biaya pengolahan dapat meningkatkan kegunaan bentuk dan akhirnya akan meningkatkan *margin* tataniaga.

6. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga adalah ukuran yang sering digunakan untuk menilai kinerja pasar. Tujuan yang ingin dicapai oleh petani, lembaga tataniaga, konsumen, dan masyarakat adalah produktivitas yang tinggi, yang mengindikasikan kinerja pasar yang lebih baik. Sebaliknya, efisiensi yang menurun menunjukkan kinerja pasar yang buruk. (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.35). Efisiensi kegiatan tataniaga diukur dari kemampuan untuk menekan biaya tataniaga sehingga meningkatkan keuntungan, menjaga perbedaan harga antara konsumen dan produsen tetap wajar, serta tersedianya fasilitas fisik, pemasaran, dan persaingan pasar yang sehat. (Soekartawi, 2002:32)

Menurut Falcon, *et al.* (1983) dalam Nasruddin dan Musyadar (2015:6.37) Untuk menilai efisiensi suatu sistem tataniaga, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan, yaitu cara langsung dan tidak langsung. Cara langsung melibatkan penggunaan margin tataniaga, sementara cara tidak langsung mencakup analisis syarat-syarat pasar yang bersaing sempurna serta analisis harga atau integrasi pasar. Sebagai tolak ukur efisiensi tataniaga, berapa indikator yang dapat dipakai yaitu tingkat pemerataan *margin* antar produsen dan antar jenjang tataniaga.

jenjang tataniaga.

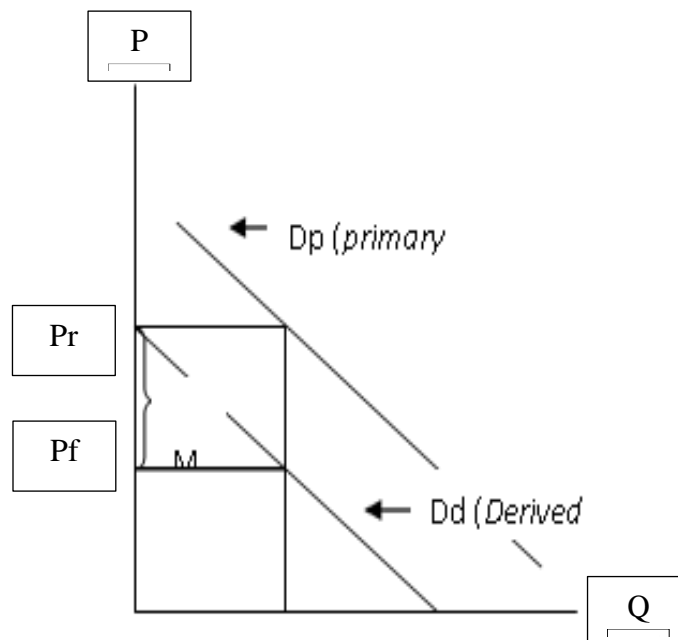
1. *Margin* Tataniaga

Menurut Nasrudin dan Musyadar (2015:6.4), margin tataniaga dapat diartikan

menurut dua pengertian. Margin tataniaga merupakan hal yang menjadi perbedaan antara harga yang diterima oleh petani produsen dan yang dibayar oleh konsumen atas komoditas tertentu sebagai berikut:

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

Menurut penjelasan pertama, *margin* tataniaga diartikan sebagai pembeda antara kurva permintaan primer (primary demand) dan kurva permintaan turunan (derived demand). Permintaan primer ditentukan oleh respon konsumen terhadap harga eceran, sementara itu permintaan turunan didasarkan pada hubungan harga dan kuantitas yang tersedia, termasuk titik di mana produk tersebut dibeli oleh pedagang atau pengolah (processors). Gambar berikut menampilkan margin tataniaga sesuai dengan definisi pertama.



Gambar 2.3 Kurva *margin* Tataniaga antara Permintaan Primer dan

Permintaan Turunan

Keterangan

Dp : Permintaan Primer (*Premary Demand*)

Dp : 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. Permintaan pada tingkat petani mewakili fungsi permintaan turunan untuk komponen usahatani dari produk akhir. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran adalah margin pemasaran, yaitu selisih harga jual dengan harga beli. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Untuk mengetahui *margin* tataniaga yang diperoleh maka dapat dilihat dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Maka besarnya total *margin* tataniaga adalah

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

Tataniaga dikatakan efisien jika persentase *margin* merata disetiap lembagatataniaga, dengan kaidah keputusan sebagai berikut:

0-9,9%	: efisien
10-19,9%	: cukup efisien
20-29,9%	: kurang efisien
30-39,9%	: tidak efisien
$\geq 40\%$: sangat tidak efisien

Terdapat standar lain yang sering digunakan dalam menentukan efisiensi tataniaga dari suatu komoditas ialah perbandingan keuntungan terhadap biaya tataniaga. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (farmer's share) terhadap harga yang dibayar konsumen. Secara teknis, sistem tataniaga dapat dikatakan efisien apabila rasio keuntungan terhadap biaya semakin besar dan bernilai positif atau lebih dari nol (>0). Rasio keuntungan terhadap biaya adalah persentase keuntungan tataniaga terhadap biaya tataniaga yang digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensinya.

1. Persaingan Pasar

Dapat dilakukan dengan pendekatan tidak langsung untuk menentukan apakah syarat-syarat bagi pasar yang bersaing sempurna sudah terpenuhi dalam sistem tataniaga yang sedang dipelajari. Menurut Nasruddin dan Musyadar (2015:6.39), berikut adalah syarat-syarat bagi pasar yang bersaing sempurna.

- a. Komoditas yang diperdagangkan dapat dipertukarkan (seragam) dan dapat dibagi-bagi.
- b. Penjual dan pembeli bertindak rasional.
- c. 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.

Apabila kelima syarat tersebut terpenuhi, maka kegiatan tataniaga bisa dianggap berjalan secara efisien, dan tidak akan ada ruang bagi keuntungan

yang berlebih.

2. Intergasi Pasar atau Harga

Terdapat Cara lain yang bisa digunakan guna menentukan efisiensi tataniaga secara tidak langsung adalah dengan menggunakan analisis integrasi pasar atau harga. perpaduan harga disebabkan oleh keseimbangan perilaku para pelaku niaga. Harga pada pasar-pasar yang efisien berhubungan satu dengan yang lain karena keseimbangan keputusan para pedagang. Namun, tingkat harga pada waktu yang akan datang tidak pasti, sehingga para pedagang harus membawa risiko penyimpanan komoditas yang diperdagangkan, dan biaya untuk memikul risiko ini dimasukkan ke dalam margin tataniaga. (Nasruddin dan Musyadar, 2015:6.40).

B. Penelitian Terdahulu

1	Nama	Elva Delia, Dedi Darusman, dan Enok Sumarsih (2023)
	Judul Penelitian	Analisis Efisiensi Pemasaran Komoditas Ayam Broiler
	Tujuan Penelitian	Agar Mengartikan Pola Saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran dan efisiensi pemasaran ayam broiler.
	Alat Analisis	Analisis deskriptif, <i>margin</i> pemasaran, <i>farmer's share</i> , dan <i>efisiensi pemasaran</i>

Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu pola saluran pemasaran yaitu pola saluran tiga tingkat: PS Bima – commission agent – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Fungsi fisik yang dilakukan berupa pengangkutan dan pengolahan, pengangkutan dilakukan oleh commission agent dan pedagang besar sedangkan untuk pengolahan dilakukan oleh pedagang besar. Fungsi fasilitas yang dilakukan yaitu risiko dan informasi pasar. Risiko dilakukan oleh commission agent dan pedagang pengecer. Sedangkan informasi pasar dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Proses pemasaran ayam broiler dari PS Bima sampai dengan pasar Baleendah Kabupaten Bandung baik secara operasional maupun harga sudah efisien. Indeks efisiensi pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran ayam broiler dari PS Bima sampai dengan pedagang pengecer tiga dengan nilai 1,98.</p>
2 Nama Peneliti	Asyfaarum Lesytari, Riantin Hikmah Widi, Tedi Hartoyo (2023)
Judul Penelitian	Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler

Tujuan Penelitian	Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan pola saluran pemasaran dan fungsi fungsi pemasaran, mengetahui biaya, margin, dan keuntungan pemasaran, mengetahui farmer's share, serta menganalisis efisiensi pemasaran ayam broiler PS Semar.
Alat Analisis	Analisis data menggunakan analisis deskriptif, yaitu margin pemasaran, farmer's share, share keuntungan dan share biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Terdapat empat pola saluran pemasaran dalam pemasaran ayam broiler PS Semar, yaitu pola saluran pemasaran nol tingkat, satu tingkat, dua tingkat, dan tiga tingkat. Pedagang besar melakukan fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan, fungsi fisik yaitu pengangkutan dan pengolahan, dan fungsi fasilitas yaitu pembiayaan, risiko, dan informasi pasar. Pedagang pengecer melakukan fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan, fungsi fisik yaitu pengangkutan, dan fungsi fasilitas yaitu pembiayaan, risiko, dan informasi pasar. (2) Besarnya biaya pemasaran pada pola saluran pemasaran II, III, dan IV yaitu Rp3.405,9/kg, Rp1.825/kg, dan Rp5.391,9/kg. Besarnya

margin pemasaran pada pola saluran pemasaran II, III, dan IV yaitu Rp10.348/kg, Rp6.000/kg, dan Rp15.280,1/kg. Serta besarnya keuntungan pada pola saluran pemasaran II, III, dan IV yaitu Rp6.942,2/kg, Rp4.175/kg, dan Rp9.888,2/kg. (3) Besarnya farmer's share pada pola saluran pemasaran I, II, III, dan IV yaitu 100%, 72%, 78%, dan 58%. (4) Pemasaran ayam broiler PS Semar sudah berjalan efisien, dan pola saluran pemasaran yang paling efisien adalah pola saluran pemasaran III (dua tingkat) dengan nilai Π/C dan indeks efisiensi pemasaran 2,1 dan 14,07.

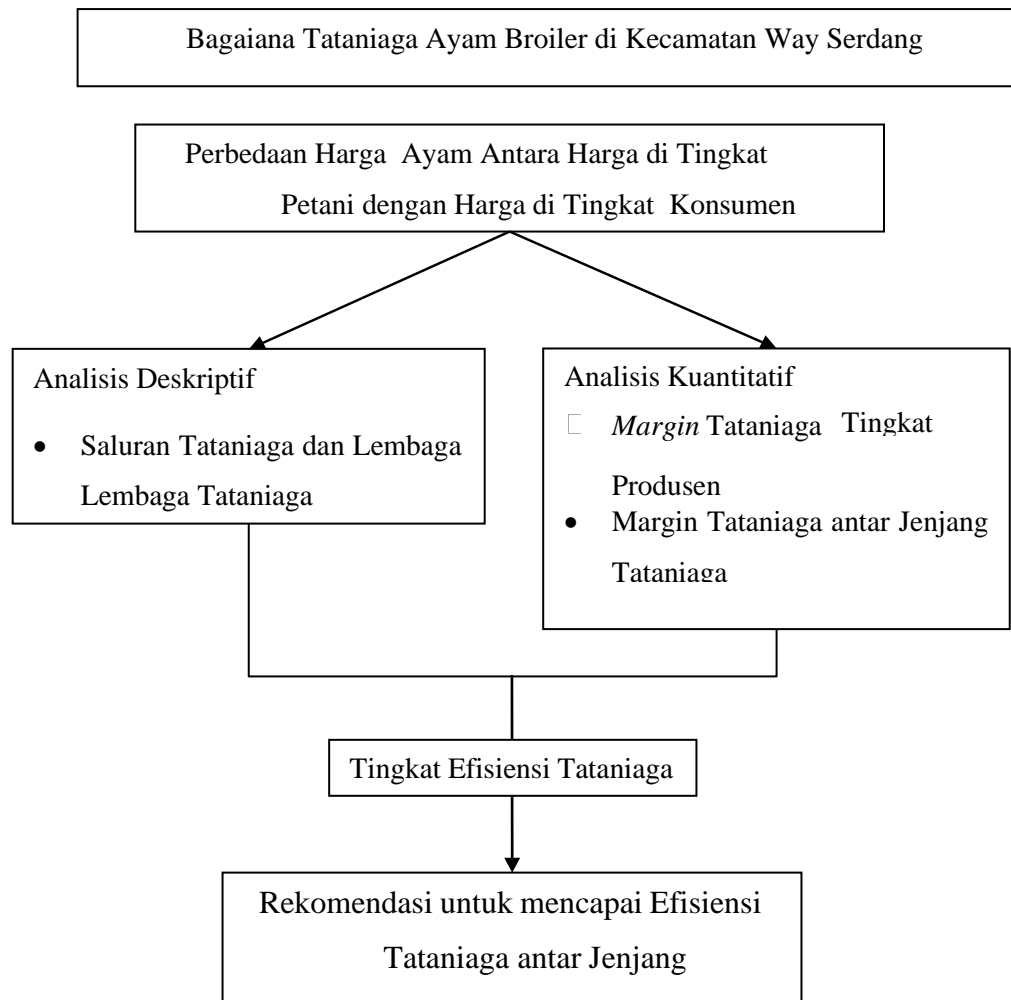
3	Nama	Hairil Adzulyatno Hadini, Musram Abadi, Iska Agustiani(2023)
	Judul Penelitian	Analisis Pemasaran ayam Broiler di Kecamatan Angata Kabupaten Konawe Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara
	Tujuan Penelitian	Untuk Mengidentifikasi pola saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran pada usaha peternakan ayam broiler di Kecamatan Angata Kabupaten Konowe Selatan.
	Alat Analisis	Analisis deskriptif, margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran

Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran pemasaran ayam broiler yaitu : 1) peternak- konsumen akhir, 2) peternak-pedagang pengecer-konsumen akhir, 3) peternak-pedagang pengepul-konsumen akhir. Margin pemasaran paling rendah terdapat pada saluran pemasaran tertinggi terdapat pada saluran ke 4 (Rp28.950/ekor). Saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran ke 3 (3,12%) dengan nilai *farmer share* (82,66%)

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dapat dimulai dengan mengevaluasi masalah-masalah yang terkait dengan tataniaga ayam broiler di lokasi penelitian. Selanjutnya, dilakukannya pemeriksaan sistem tataniaga ayam broiler yang mencakup saluran dan lembaga tataniaga serta efisiensi tataniaga, termasuk keuntungan pemasaran tingkat produsen dan keuntungan pemasaran antar jenjang tataniaga. Hasil analisis tersebut akan menentukan apakah tataniaga ayam broiler di lokasi penelitian efisien atau tidak. Kerangka pikir lebih lanjut dilihat pada Gambar 2.4 tentang kerangka pemikiran efisiensi tataniaga ayam broiler di Kecamatan Way Serdang.



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Efisiensi Tataniaga Ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Tataniaga ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang belum terlaksana dengan efisien.
2. Kemerataan *margin* tingkat produsen (secara horizontal) berada pada posisi merata (efisien).
3. Efisiensi tataniaga ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang pada setiap jenjang (secara vertikal) berada pada posisi tidak merata (tidak efisien).

III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Way Serdang Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan berdasarkan data yang didapat dari Dinas Peternakan Kabupaten Mesuji (2018-2019) bahwa Kecamatan Way Serdang merupakan satu- satunya kecamatan dengan peningkatan produksi Ayam Broiler disamping menurunnya jumlah populasi ayam Broiler. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021.

B. Jenis Penelitian

Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuat pencarian tentang situasi-situasi atau suatu kejadian tertentu, tanpa memerlukan pencarian hubungan, pembuatan hipotesis, peramalan, atau penafsiran makna dan implikasi. Meskipun demikian, penelitian yang berusaha menemukan elemen-elemen tersebut juga dapat melibatkan metode deskriptif. (1988:8).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan tentang saluran tataniaga dan lembaga-lembaga tataniaga. Sementara itu, analisis kuantitatif melibatkan 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

Penelitian berikut berfokus pada analisis tataniaga ayam broiler pola mandiri di Kecamatan Way Serdang Kabupaten Mesuji. Analisis tataniaga dilakukan dengan mempertimbangkan saluran dan lembaga tataniaga serta efisiensi tataniaga. dengan menganalisis pemerataan *margin* tataniaga antar produsen dan antar jenjang tataniaga pada peternakan ayam Broiler.

D. Jenis dan Sumber Data

penelitian berikut, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian, yang mana diperoleh melalui kuesioner yang telah disusun oleh peneliti atau wawancara langsung dengan responden, baik peternak maupun lembaga-lembaga tataniaga lainnya. Data skunder adalah data ataupun informasi yang dipeoleh secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, data skunder diperoleh dari instansi terkait seperti Dinas Peternakan dan Badan Pusat Statistik. Selain itu, data skunder juga diperoleh dari sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian seperti jurnal-jurnal serta skripsi penelitian terdahulu.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian berikut, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik Indonesia, Bps Provinsi Lampung, Dinas Peternakan Kabupaten Mesuji, serta buku dan jurnal terkait.

F. Metode Penentuan Sampel Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu peternak dan lembaga tataniaga di Kecamatan Way Serdang Kabupaten Mesuji yang berada dalam saluran

tataniaga.

Tahap I, penentuan sampel peternak

populasi peternak didalam penelitian berikut adalah peternak yang masih aktif dalam usaha ternak baik skala kecil, menengah, maupun besar.

Tabel 2.1 Daftar Populasi Peternak di Kecamatan Way Serdang

No	Nama Peternak	Alamat	Populasi Ayam Broiler (Ekor)
1	Yulia	Labuhan Makmur	3.000
2	Dodi	Labuhan Makmur	2.000
3	Ilyas	Labuhan Makmur	2.000
4	Dayat	Labuhan Makmur	2.000
5	Syafiq	Labuhan Makmur	1.600
6	Samsul	Labuhan Makmur	5.000
7	Karsi	Labuhan Makmur	4.000
8	Rosidin	Karang Mulya	3.200
9	Apri	Karang Mulya	3.200
10	Sumarno	Karang Mulya	5.400
11	Darto	Karang Mulya	7.200
12	Agus	Karang Mulya	3.776
13	Gunawan	Karang Mulya	10.000
14	Eriko	Karang Mulya	1.000
15	Diki	Sumber Rejo	2.000
16	Eko	Sumber Rejo	1.970
17	Sampun	Sumber Rejo	600
18	Resya	Sumber Rejo	1.000
19	Glodok	Sumber Rejo	2.000
20	Yulia	Sumber Rejo	600
21	Ropi	Labuhan Batin	1.400
22	Slamet	Labuhan Batin	2.000
23	Sidin	Labuhan Batin	6.000
24	Mugio	Labuhan Batin	8.000
25	Kandar	Labuhan Batin	1.200
26	Sogok	Rejo Mulyo	1.000
27	Mirat	Rejo Mulyo	1.000

(Sumber : Pra-survey, 2021)

Tahap pertama dari pemilihan responden peternak dilakukan dengan menggunakan teknik sampel jenuh (sensus), yang berarti cara penentuan sampel melibatkan seluruh anggota populasi. Teknik sampel jenuh digunakan saat jumlah populasi relatif kecil (kurang dari 30 populasi). Tahap kedua adalah penentuan sampel lembaga tataniaga, yang meliputi pengepul, pedagang besar, dan pedagang pengecer.

Dalam menentukan sampel lembaga tataniaga, digunakan teknik snowball sampling (sampel bola salju). Teknik ini melibatkan 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 didapat akan dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis hasil pengamatan saluran tataniaga dengan lembaga-lembaga yang terlibat di dalamnya. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan pendekatan analisis margin tataniaga untuk mengetahui efisiensi tataniaga.

1. Analisis Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga merupakan sekumpulan lembaga-lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga. Analisis saluran tataniaga di Kecamatan War Serdang juga dilakukan untuk mengetahui panjangnya saluran tataniaga yang paling sering 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

Analisis lembaga tataniaga di Kecamatan Way Serdang dilakukan dengan

mengamati lembaga-lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan tataniaga, dimulai dari peternak hingga pada konsumen akhir. Lembaga tataniaga adalah organisasi yang terlibat dalam pelaksanaan tataniaga.. Efisiensi pelaksanaan tataniaga ditentukan oleh panjang atau pendeknya saluran tataniaga yang dipilih oleh peternak. Perbedaan dalam saluran tataniaga pada peternak akan memengaruhi pembagian pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses tersebut.

3. Analisis *Margin* Tataniaga

Margin tataniaga adalah selisih antara harga yang diterima produsen dan harga yang dibayarkan konsumen.. Tingkat margin pemasaran digunakan sebagai ukuran efisiensi sistem pemasaran, yang bergantung pada fungsi pemasaran yang dilakukan. Semakin tinggi margin pemasaran, semakin rendah efisiensi sistem pemasaran tersebut (Rita Hanafie, 2010:209).

Tabel 2.2 Operasional Variabel

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

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 2.3 Biaya Produksi

No	Biaya Produksi	Satuan Jumlah	Harga /Satuan	Nilai (Rp)	Umur Pakai (Bulan)	Nilai Penyusutan (Rp/Bulan)
A	Biaya Tetap					
1	Biaya Bangunan					
	a. Kandang Ayam Broiler
2	Biaya Peralatan					
	a. Tempat Makan Gantung
	b. Tempat Minum Manual
	c. Lampu
	d. Pipa
	e. Timbangan
	f. Brooder (Alat Pemanas)
	g. Lain-lain
3	Biaya Mesin					
	a. Listrik
	b. Pompa Air
4	Biaya lain-lain					
	a. Biaya Pajak
	b. Biaya Tak Terduga
Total Biaya Tetap				...		
B	Biaya Variabel					
	Biaya Pakan					
	a. Pakan Jadi
2	Biaya Obat-Obatan					
	a. Vitamin
	b. Vaksin
	c. Disinfektan
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:

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

Keterangan:

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

TC : Total biaya (Biaya Tetap + Biaya Variabel)

Q : Jumlah Barang

b. Analisis *Margin* Tataniaga antar Jenjang Tataniaga

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

$$Mji = Psi - Pbi$$

Berikut adalah keterangan untuk singkatan dalam pengukuran Margin Tataniaga pada Lembaga ke-i (Mji), yaitu harga penjualan Lembaga Tataniaga ke-i (Psi) dan harga pembelian Lembaga Tataniaga ke-i (Pbi), diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

c. Tingkat Kemerataan *Margin* antar Produsen Dengan Metode In

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

Tabel 2.4 Kaidah Keputusan Kemerataan *Margin*

No.	<i>Margin</i> tataniaga (%)	Kriteria
1	0-9,9	Merata
2	10-19,9	Cukup Merata
3	20-29,9	Kurang Merata
4	30-39,9	Tidak Merata
5	≥40	Sangat Tidak Merata

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pengujian dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Sistem Tataniaga Ayam Broiler di Kecamatan Way Serdang terdiri dari tiga saluran distribusi yang berbeda antara lain:
 - 1.) Peternak ke Pedagang Pengepul ke Pedagang Pengecer ke Konsumen
 - 2.) Peternak ke Pedagang Pengepul ke Konsumen
 - 3.) Peternak ke Pedagang Pengecer ke Konsumen

Setiap lembaga tataniaga melaksanakan berbagai kegunaan, termasuk fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (pengangkutan), dan fungsi fasilitas (menanggung risiko dan pembiayaan). Proses pembentukan harga mengikuti harga pasar dengan transaksi menggunakan pembayaran secara tunai.

2. *Margin* tataniaga antar peternak di Kecamatan Way Serdang 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 merata
3. Pedagang pengepul memperoleh *margin* sebesar Rp 1.786/kg dengan intersep deviasi rata-rata mencapai 14% yang berarti bahwa tingkat pemerataan *margin* antar pedagang pengepul cukup merata. Sedangkan pedagang pengecer memperoleh *margin* sebesar Rp795/kg dengan intersep deviasi rata-rata sebesar 30% yang berarti bahwa tingkat pemerataan *margin*

antar pedagang pengecer tidak merata.

4. Hasil penelitian menunjukkan efisiensi tataniaga antar jenjang sangat tidak efisien dengan persentase sebesar 40% yang berarti bahwa margin yang diperoleh antar jenjang (peternak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer) sangat tidak merata. Penyebab ketidakmeratanya margin antar jenjang tataniaga terletak pada jenjang kedua, yaitu pedagang pengepul. Margin tataniaga pada jenjang kedua, pedagang pengepul, mencapai Rp1.786 per kilogram, yang jauh berbeda dengan margin yang diperoleh oleh lembaga tataniaga pada jenjang pertama, yaitu produsen, sebesar Rp757 per kilogram, serta lembaga tataniaga pada jenjang ketiga, pedagang pengecer, dengan margin sebesar Rp795 per kilogram.

B. Saran

Dari implikasi penelitian, berikut adalah rekomendasi yang dapat dilakukan:

1. Peternak disarankan untuk meningkatkan modal usaha, melakukan efisiensi biaya, dan mengalokasikan faktor produksi secara efisien guna meningkatkan margin usaha.
2. Untuk mencapai pemerataan margin antar jenjang tataniaga, dianjurkan bagi peternak dan pedagang pengecer untuk meningkatkan margin mereka agar tidak terlalu rendah dibandingkan margin pedagang pengepul.
3. Perlu dilakukan penelitian ulang untuk dapat memperoleh efisiensi alokasi faktor produksi serta untuk menentukan saluran tataniaga yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Zubaidi, Budi Hartono, Utami Dwi.2014. *Analisis Pemasaran Pedaging Pola Kemitraan Di Kecamatan Kepung Ka Kediri. Fakultas Peternakan.Universitas Brawijaya.*
- Badan Pusat Statistik. Tabel. *Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah), 2018-2019.* BPS Provinsi Lampung.
- Badan Pusat Statistik. Tabel. *Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) 2016-2017.* BPS Mesuji
- Fadillah. R, 2007. *Sukses Beternak Ayam Broiler. PT.Agromedia Pustaka:Ciganjur.*
- Hanifie, Rita.2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian.* ANDI. Yogyakarta
- Pengantar Ekonomi Pertanian.* ANDI. Yogyakarta
- Musa, M dan Titi Nurfitri. 1998. *Metodologi Penelitian.* Fajar Agung.Jakarta.
- 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 Kementrian BUMN. Dari<
- https://kemenperin.go.id/kompetensi/UU_13_2003>
- Muhammad. 2004 “*Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Hias. (Skripsi)* Bogor
- Rasyaf, M.2007. *Beternak Ayam Pedaging.*Jakarta: Penebar Swadaya
- R. Annisa, S. Marzuki dan W. Roessali.2015. *Analisis Pola Saluran Pemasaran Dan Margin Serta Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler Pada Sistem*

Kemitraan Di Kabupaten Grobogan. Animal Agriculture Journal.vol,4(1): 144-148.

Saefuddin AM.2007.*Tataniaga Hasil Perikanan.UI,Pres.Jakarta.*

Yunus, M dkk. 2007. *Analisis usaha Peternakan Ayam Broiler (Studi kasus pada Usaha Peternakan Ayam Broiler di Kelurahan Borongloe, Kecamatan Bontomaranmu, Kabupaten Gowa) Jurnal Agrisistem, Juni 2007, Vol 3 No.1*

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung. Alfabeta.

Sadono, S. 2000. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar.* Edisi Ketiga. Jakarta.

Sihombang L. 2005. Analisis tataniaga kentang di provinsi Sumatera Utara.
Jurnal Ilmiah Pertanian KULTURA. 40 (2) :94-99

Stanton, W . S. 1993 *Prinsip Pemasaran Jilid 2.* Jakarta. Erlangga

Supranto. (2015). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan.* Jakarta: Erlangga