ANALISIS TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI PT. CAHAYA MARIO BROTHER'S GROUP SIDRAP

SKRIPSI

ST. RAMLAH
1722100045

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PETERNAKAN
JURUSAN PETERNAKAN
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PANGKEP
2021

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI PT. CAHAYA MARIO BROTHER'S GROUP SIDRAP

SKRIPSI

Oleh :

ST. RAMLAH
1722100045

Skripsi ini Sebagai Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Pada Program Studi Agribisnis Peternakan Jurusan Peternakan
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Subhan Effendi, SE., M.Si	**Dr. Ir. Ahmad Wadi, M.Agr.Sc**
NIP. 197612272008121003	NIP. 196607151992031003

Mengetahui

Direktur	Ketua Jurusan
Dr. Ir. Darmawan, M.P	**Dr. Ir. Harifuddin, M.Si**
NIP. 196702021998031002	NIP. 196512312001121001

Tanggal Lulus : 23 Agustus 2021

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Judul	: Analisis Tataniaga Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap
Nama	: St. Ramlah
NIM	: 1722100045
Program Studi	: Agribisnis Peternakan
Jurusan	: Peternakan

Menyetuji, Tim Penguji:

1. Subhan Effendi, SE., M.Si ( )
2. Dr. Ir. Ahmad Wadi, M.Agr.Sc ( )
3. Aisyah, SE, AK, M.Si ( )
4. Drh. Sentral Pemilu Pitres, M.Si ( )

Mengetahui

Ketua Jurusan Agribisnis Peternakan

Dr. Ir. Harifuddin, M.Si
NIP. 196512312001121001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi Saya yang berjudul "Analisis Tataniaga Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap" ini benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dalam bentuk apapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pangkep, 21 Juli 2021

Yang menyatakan,



St.Ramlah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Sub'hanahu Wa Ta'ala, sang maha agung yang telah memberikan setitik ilmu-Nya serta nikmat yang tak terhingga sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi dengan judul "*Analisis Tataniaga Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap***"**. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam sebagai suri tauladan kita dalam menjalani kehidupan ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna menyelesaikan studi di Program studi Agribisnis Peternakan, Jurusan Peternakan, Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Sutomo dan Ibunda tersayang Hajrah, serta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Dr. Ir. Darmawan, M.P, selaku Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkep yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
3. Dr. Ir. Harifuddin, M.Si, selaku ketua jurusan peternakan, sekaligus menjadi ketua Program studi Agribisnis Peternakan.
4. Subhan Effendi, SE., M.Si, selaku pembimbing I penulis yang senantiasa memberi arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Ir. Ahmad Wadi, M.Agr.Sc, selaku pembimbing II penulis yang senantiasa memberi arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Aisyah, SE, Ak, M.Si selaku penguji I .
7. Drh. Sentral Pemilu Pitres, M.Si selaku penguji II

8. Dosen, pegawai dan teknisi jurusan peternakan secara khusus, serta Politeknik Pertanian Negeri Pangkep secara umum.
9. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Peternakan khususnya Program studi Agribisnis Peternakan serta rekan se-almamater yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dari berbagai pihak.

Pangkep, 21 Juli 2021

St. Ramlah

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI iiii

HALAMAN PERNYATAAN ii

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viiiii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRAK xiiiiiii

I. PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 2

1.3 Tujuan Penelitian 2

1.4 Manfaat Penelitian 3

II. TINJAUAN PUSTAKA 2

2.1 Landasan Teori 2

A. Tataniaga 4

B. Saluran Tataniaga 4

C. Fungsi Tataniaga 6

D. Efisiensi Tataniaga 7

E. *Margin* Tataniaga 7

F. *Farmer's Share* 8

G. Rasio Keuntungan Dan Biaya (R/C) 8
H. Tinjauan Umum Ayam Ras Petelur.....8
2.2 Penelitian Terdahulu 9
2.3 Kerangka Konseptual 11

III. METODE PENELITIAN.....12

3.1 Tempat dan Waktu 12
3.2 Alat dan Bahan/Instrumen Penelitian.....12
3.3 Populasi dan Sampel 12
3.4 Jenis dan Sumber Data 12
3.5 Metode Pengumpulan Data 14
3.6 Teknik Analisis Data.....14
3.7 Definisi Operasional Variabel.....15

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....16

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**
A. Denah Lokasi PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap 17
B. Letak Geografis 17
C. Sejarah Perusahaan.....18
D. Struktur Organisasi.....19
E. Karakteristik Responden.....22
F. Umur Responden.....23
G. Pendidikan Responden 23
H. Status Usaha Pedagang.....23
I. Pengalaman Usaha Pedagang 24
4.2 Analisis Saluran dan Fungsi Tataniaga 24
A. Analisis Saluran Tataniaga.....24
1. Saluran 1.....25
2. Saluran 2.....25
3. Saluran 3.....26
B. Analisis Fungsi Tataniaga 26

1. Fungsi Tataniaga Pedagang Grosir.....27
2. Fungsi Tataniaga Pedagang Pengecer 28
4.3 Analisis Efisiensi Saluran Tataniaga Telur Ayam Ras 28
A. Analisis *Margin* Tataniaga 28
1. Analisis *Margin* Tataniaga Saluran 1 30
2. Analisis *Margin* Tataniaga Saluran 2 31
3. Analisis *Margin* Tataniaga Saluran 3 32
B. Analisis *Farmer's Share*.....33
C. Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya (R/C) 35
4.4 Efisiensi Biaya.....36

V. PENUTUP 39

5.1 Kesimpulan.....39
5.2 Saran.....40

DAFTAR PUSTAKA 41

LAMPIRAN.....43

DAFTAR TABEL

No Hal

1. Tabel 4.1 Sebaran Responden Menurut Usia 23
2. Tabel 4. 2 Sebaran Responden Menurut Pendidikan Formal 23
3. Tabel 4.3 Sebaran Responden Menurut Status Usaha 24
4. Tabel 4.4 Sebaran Responden Menurut Pengalaman Usaha 24
5. Tabel 4.5 Analisis *Margin* Tataniaga Telur Ayam Ras 1 30
6. Tabel 4.6 Analisis *Margin* Tataniaga Telur Ayam Ras 2 31
7. Tabel 4.7 Analisis *Margin* Tataniaga Telur Ayam Ras 3 32
8. Tabel 4.8 Rekapitulasi harga di tingkat produsen, harga di tingkat konsumen *margin* tataniaga dan *farmer's share* saluran tataniaga telur 34
9. Tabel 4.9 Rasio Keuntungan dan Biaya (R/C) Pada Lembaga Tataniaga Telur 36
10. Tabel 4.10 Efisiensi Tataniaga Pada Saluran Tataniaga Telur Ayam Ras 37

DAFTAR GAMBAR

No		Hal
1.	Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual	11
2.	Gambar 4.2 Gambar denah lokasi PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap	17
3.	Gambar 4.3 Gambar Struktur Organisasi PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap	19
4.	Gambar 4.4 Gambar Skema Saluran Tataniaga	25
5.	Gambar Lampiran	43

DAFTAR LAMPIRAN

No Hal
1. Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 43
2. Lampiran 2. Rekapitulasi kuesioner pedagang..... 48
3. Lampiran 3**.** Rincian biaya, harga jual dan harga beli saluran tataniaga 1..... 49
4. Lampiran 4. Rincian biaya, harga jual dan harga beli saluran tataniaga 2..... 50
5. Lampiran 5. Rincian biaya, harga jual dan harga beli saluran tataniaga 3..... 51
6. Lampiran 6. Foto alur pemasaran telur ayam ras dari titik produsen ke titik konsumen..... 52
7. Lampiran 7. Riwayat Hidup 53

ABSTRAK

ST. RAMLAH. 1722100045. Analisis Tataniaga Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap. Dibimbing oleh Subhan Effendi dan Ahmad Wadi

Telur merupakan salah satu bahan makanan hewani yang dikonsumsi selain daging, ikan dan susu. Salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memelihara ayam ras petelur yaitu Kabupaten Sidrap mempunyai peluang yang sangat luas untuk memelihara ayam ras petelur, salah satu area potensi yaitu Desa Mario, desa yang berada di Kecamatan Kulo, Kabupaten Sidrap. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis saluran dan fungsi-fungsi tataniaga telur ayam ras (2) Menganalisis *margin* tataniaga, *farmer's share* serta rasio keuntungan dan biaya tataniaga telur ayam ras (3) Menganalisis efisiensi biaya tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap. Penelitian ini dilakukan di PT. Cahaya Mario Brother Group Sidrap, Desa Mario Kecamatan Kulo Kabupaten Sidrap. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai April 2021. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data kualitatif dan kuantitatif dengan 16 responden terdiri dari produsen, pedagang grosir, pedagang pengecer dan konsumen. Hasil yang didapatkan yaitu (1) Saluran tataniaga terdiri dari tiga saluran yaitu saluran 1 dari produsen → konsumen, saluran 2 dari produsen → pedagang pengecer → konsumen dan saluran 3 dari produsen → pedagang grosir → pedagang pengecer → konsumen. Fungsi tataniaga terdiri dari fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. (2*) Margin* tataniaga untuk saluran 1 Rp. 0,-, saluran 2 Rp. 7.000,- dan saluran 3 Rp. 8.000,-. *farmer's share* untuk saluran 1 100%, saluran 2 84% dan saluran 3 82%. Rasio keuntungan dan biaya (R/C) tataniaga untuk saluran 1 0%, saluran 2 4,6% dan saluran 3 2,5%. (3) Efisiensi biaya tataniaga untuk saluran 1 0%, saluran 2 2,8% dan saluran 3 5,4%.

Kata kunci: Efisiensi, Margin, Saluran, Tataniaga dan Telur

ABSTRACT

ST. RAMLAH. 1722100045. Analysis Of Commercial Chicken Eggs At PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap. Supervised By Subhan Effendi and Ahmad Wadi

Eggs are one of the animal foods that are consumend in addition to meat, fish and milk. One area that maintains laying hens, namely Sidrap Regency, has a very wide opportunity to raise laying hens, one of the potential areas is Mario Village, a village located in Kulo District, Sidrap Regency. The purpose of this study were (1) to analyze the channels and functions of the broiler egg trading system (2) to analyze the trading system margin, farmer's share and the profit and cost ratio of the broiler egg trading system (3) to analyze the cost efficiency of the broiler egg trading system at PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap. This research was carried at PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap, Mario Village, Kulo District, Sidrap Regency from February to April 2021. The data analysis method used in this study is qualitative and quantitative with 16 respondents consisting of producers, wholesalers, retailers and consumers. The results obtained are (1) The trading system consists of three channels, namely channel 1 from producers → consumers, channel 2 from producers → retailers → consumers and channel 3 from producers → wholesale → traders → retailers → consumers. The trading function consists of exchange, physical and facility functions. (2) Trading margin for channel 1 Rp. 0,-, channel 2 Rp. 7. 000,- and channel 3 Rp. 8. 000,-. Farmer's share for channel 1 is 100%, channel 2 is 84% and channel 3 is 82%. Profit and cost ratio for channel 1 0%, channel 2 4,6% and channel 3 2,5%. (3) The value of trading efficiency for channel 1 is 0%, channel 2 is 2,8% and channel 3 is 5,4%.

Keywords: Channels, Efficiency, Eggs, Margins, Trad

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor peternakan ayam petelur merupakan sektor yang penting karena dari sektor inilah sebagian kebutuhan protein hewani bagi manusia terpenuhi, yaitu telur dan daging. Oleh karena itu, sektor peternakan ayam petelur sangat penting untuk ditangani dengan baik sehingga dapat memperoleh hasil dan manfaat sesuai kebutuhan dan permintaan konsumen.

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhsn harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Rahardi, 2012).

Ayam petelur merupakan ayam-ayam betina dewasa yang dipelihara khusus untuk diambil telurnya. Asal mula ayam petelur adalah dari ayam hutan yang telah didomestikasi dan diseleksi sehingga bertelur cukup banyak. Ayam hutan mulai dapat diambil telur dan dagingnya maka arah dari seleksi tadi mulai spesifik. Ayam yang diseleksi untuk tujuan produksi daging dikenal dengan broiler, sedangkan untuk produksi telur dikenal dengan ayam petelur. Selain itu, seleksi juga diarahkan pada warna kulit telur hingga kemudian dikenal ayam petelur putih dan ayam petelur coklat (Zulfikar, 2013).

Ayam petelur merupakan ternak dengan tujuan utamanya untuk menghasilkan telur. Telur merupakan sumber pangan hewani dengan kandungan protein di dalamnya, sehingga telur termasuk salah satu produk peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat. Selain harga yang terjangkau, telur merupakan salah satu produk peternakan yang mudah diolah.

PT. Cahaya Mario Brother’s Group Sidrap memiliki tiga jenis saluran tataniaga yakni saluran 1 dari produsen ke konsumen; saluran 2 dari produsen ke

pedagang pengecer ke konsumen; saluran 3 dari produsen ke pedagang grosir ke pedagang pengecer ke konsumen. Kondisi yang demikian perlu adanya suatu analisis tataniaga telur ayam ras petelur ini dilakukan guna mengetahui struktur dan saluran pemasaran telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap yang menerapkan sistem kemitraan dilihat dari *margin* tataniaga*, farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya (R/C) tataniaga serta efisiensi biaya tataniaga.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan penelitian dengan judul "Analisis Tataniaga Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

1. Bagaimana analisis saluran dan fungsi-fungsi tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap?
2. Bagaimana analisis *margin* tataniaga, *farmer's share* serta rasio keuntungan dan biaya (R/C) tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap?
3. Bagaimana analisis efisiensi biaya tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran dan fungsi-fungsi tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.
2. Menganalisis *margin* tataniaga, *farmer's share* serta rasio keuntungan dan biaya (R/C) tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.
3. Menganalisis efisiensi biaya tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peternak atau pemilik usaha ayam ras petelur sebagai pertimbangan untuk mendirikan dan mengembangkan usaha.
2. Bagi instansi terkait sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perencanaan usaha ayam ras petelur.
3. Bagi peneliti sebagai informasi tambahan yang dapat digunakan dalam penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

A. Tataniaga

Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program pertukaran nilai dengan target pasar untuk mencapai tujuan organisasi dengan harga, komunikasi, dan distribusi yang efektif (Soepranianondo, *et al.* 2013).

Tataniaga memiliki pengertian yang sama dengan pemasaran. Para ahli telah mendefinisikan pemasaran atau tataniaga sebagai sesuatu yang berbeda- beda sesuai sudut pandang mereka. Pemasaran atau tataniaga dapat didefinisikan sebagai suatu proses manajerial dimana individu atau kelompok di dalamnya mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Rahardi, 2012).

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhsn harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Rahardi, 2012).

B. Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Produsen memiliki peranan utama dalam menghasilkan barang-barang dan sering melakukan sebagian kegiatan pemasaran, sementara itu pedagang menyalurkan komoditas dalam waktu, tempat, bentuk yang diinginkan konsumen. Hal ini berarti bahwa saluran tataniaga yang berbeda akan memberikan

keuntungan yang berbeda pula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut (Kotler, 2014).

Saluran tataniaga terdiri dari serangkaian lembaga tataniaga atau perantara yang akan memperlancar kegiatan tataniaga dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen. Tiap perantara yang melakukan tugas membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat ke pembeli akhir yang merupakan satu tingkat saluran. Saluran nol-tingkat (saluran tataniaga nol-langsung) terdiri dari produsen yang menjual langsung ke konsumen akhir. Saluran satu-tingkat terdiri dari satu perantara penjual, yaitu pengecer. Saluran dua-tingkat dari dua perantara, seperti pedagang besar dan pengecer. Saluran tiga-tingkat dalam saluran tataniaga barang konsumsi memiliki tiga perantara, yaitu pedagang besar, pemborong dan pengecer (Kotler, 2014).

Agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan dengan harga yang tepat. Dalam pemasaran suatu produk perlu memperhatikan saluran pemasaran produk (Abdullah, 2013).

Menurut Marius saluran distribusi adalah suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan terdiri dari agen, dealer, pedagang besar, dan pengecer melalui komoditi produk atau jasa dipasarkan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi menurut Swastha dan Irawan yaitu :

1. Produsen → konsumen

   Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah) oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran langsung.

2. Produsen → pengecer → konsumen

   Saluran ini juga disebut saluran langsung disini pengecer besar langsung pada produsen ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen namun alternative ini tidak umum dipakai.

3. Produsen → pedagang besar → pengecer →konsumen

   Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional, disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar dan pembelian konsumen dilayani pengecer saja.

4. Produsen → agen → pengecer → konsumen

   Disini produsen memilih agen (agen penjualan/agen pabrik) sebagai penyalurnya. Kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada pengecer besar.

5. Produsen → agen → pedagang beslkar → pengecer → konsumen

   Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko toko kecil. Agen yang terlibat dalam distribusi ini terutama agen penjualan (Aziz, 2014)

C. Fungsi Tataniaga

Menurut Rikopertanianuntan (2013), yang menyatakan bahwa fungsi tataniaga diperlukan dengan kegiatan tataniaga untuk memperlancar distribusi barang dan jasa dari tiap lembaga tataniaga yang terlibat. Secara umum fungsi tataniaga yang dilaksanakan lembaga tataniaga terdiri dari tiga fungsi yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan-kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi fisik merupakan perlakuan fisik yang perlu dilakukan agar komoditas yang diperlukan konsumen dapat tersedia pada tempat yang diinginkan. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan, fungsi fisik terdiri dari pengangkutan dan penyimpanan.

Fungsi fasilitas meliputi pembiayaan, penanggungan resiko dan informasi pasar. Fungsi pembiayaan merupakan kegunaan uang untuk berbagai aspek tataniaga. Fungsi penanggungan resiko merupakan penerimaan kemungkinan dari kerugian pemasaran produk yang terdiri dari atas resiko fisik dan resiko harga. Resiko fisik terjadi akibat kerusakan produk sedangkan resiko harga terjadi akibat

perubahan nilai produk di pasar. Informasi pasar merupakan hal yang diperlukan produsen dan lembaga-lembaga tataniaga.

Setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga telur ayam ras mulai dari produsen, pedagang grosir dan pedagang pengecer menjalankan fungsi tataniaga yang berbeda-beda.

D. Efisiensi Tataniaga

Menurut Moehar (2012), menyatakan bahwa sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya dan Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut.

E. *Margin* Tataniaga

Menurut Farida (2015), menyatakan bahwa *margin* tataniaga adalah selisih antara harga yang diterima oleh produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen. Jika penyaluran melalui banyak lembaga, margin pemasaran merupakan jumlah margin diantara lembaga yang bersangkutan. Misalnya antara pedagang pengumpul dengan pedagang besar, serta antara pedagang besar dengan pedagang pengecer.

Besarnya *margin* tataniaga dapat menunjukkan tingkat efisiensi pemasaran. Untuk memperoleh efisiensi terhadap pemasaran hasil pertanian, perlu dilakukan usaha memperkecil margin tataniaga. Salah satu yang dapat dilakukan adalah melakukan integrasi vertikal dengan jalan mengurangi jumlah perantara yang sama dan dijumpai secara berturut-turut dalam pergerakan barang (Saefuddin, 2016).

Margin tataniaga menunjukkan perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran ini juga dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara apa yang dibayar oleh konsumen dan apa yang diterima oleh produsen untuk produknya (Ratya Anindita, *et al.* 2017).

F. *Farmer's Share*

Farmer's share hubungan yang negatif dengan *margin* tataniaga, karena apabila *margin* tataniaga semakin tinggi umumnya akan mengakibatkan *farmer's share* akan semakin kecil, begitu juga sebaliknya. Sehingga, *farmer's share* mempunyai nilai yang relatif lebih rendah jika harga di tingkat konsumen akhir relatif tinggi jika dibandingkan dengan harga yang diterima oleh produsen atau peternak. Sebaliknya juga jika *farmer's share* mempunyai nilai yang relatif lebih tinggi jika harga di tingkat konsumen akhir tidak terpaut jauh jika dibandingkan dengan harga yang diterima oleh produsen atau peternak.

G. Rasio Keuntungan Dan Biaya (R/C)

Keuntungan pemasaran di peroleh dari *margin* pemasaran dikurangi biaya pemasaran. Besar kecilnya keuntungan yang diraih oleh produsen ditentukan oleh berbagai aspek. Diantara jarak tempat pemasaran dari tempat produsen, digunakannya tenaga kerja dalam pemasaran, kelangkaan dan lain sebagainya. Tindakan efisiensi untuk memperbesar keuntungan yang dilakukan oleh produsen ditempuh dengan cara menjual hasil-hasil secara langsung kepada pedagang pengumpul, pengecer dan sebagainya (Andrianto, 2014).

Biaya yang sering terlibat saat menentukan biaya pemasaran hasil produksi, antara lain biaya transportasi, biaya pengepakan, biaya pemrosesan, biaya gudang dan biaya atas modal yang digunakan. Jenis biaya yang dikeluarkan pada tiap-tiap komoditi akan berbeda, sedangkan dalam memperhitungkan biaya pemasaran ini, kita perlu merincinya kedalam berbagai kegiatan pemasaran (Anindita, *et al.* 2012).

H. Tinjauan Umum Ayam Ras Petelur

Ayam ras umumnya mulai bertelur pada umur 4 bulan, pada tipe ringan-mini rata-rata akan bertelur pada umur 14 minggu, tipe medium ada yang mulai bertelur pada umur 20-21 minggu dan untuk ayam kampung pada umur sekitar 23 minggu. Satu hingga dua minggu pertama produksi telur belum stabil dan ukuran telur masih kecil-kecil karena ayam baru pertama bertelur. Menjelang minggu keempat semenjak awal bertelur, produksi sudah mulai banyak. Satu bulan hingga

dua bulan setelah itu laju produksi meningkat, setelah mencapai puncak produksi, produksi perlahan-lahan turun hingga tiba saatnya untuk diafkir, kurang lebih pada umur 1,5 tahun (Rasyaf, 2011).

Ayam ras petelur memiliki keunggulan antara lain pertumbuhan relatif cepat, mencapai dewasa kelamin (siap kawin) sekitar umur 5 bulan, produktivitas tinggi dapat mencapai produksi 280 butir per tahun dengan bobot telur sekitar 60g per butir, efisien dalam penggunaan pakan dan tidak bersifat mengeram sehingga dapat berproduksi dalam waktu yang relatif panjang sekitar 14 bulan (Setyono, *et al.* 2013).

Ayam peliharaan (*Gallus gallus domestikus*) adalah unggas yang bisa dipelihara manusia untuk dimanfaatkan telur maupun dagingnya. Ayam peliharaan merupakan keturunan langsung dari salah satu *sub-spesies* ayam hutang merah (*Gallus gallus*) (Achmanu dan Muharline, 2011).

Ayam petelur merupakan ayam-ayam betina dewasa yang dipelihara khusus untuk diambil telurnya. Asal mula ayam petelur adalah dari ayam hutan yang telah didomestikasi dan diseleksi sehingga bertelur cukup banyak. Ayam hutan mulai dapat diambil telur dan dagingnya maka arah dari seleksi tadi mulai spesifik. Ayam yang diseleksi untuk tujuan produksi daging dikenal dengan broiler, sedangkan untuk produksi telur dikenal dengan ayam petelur. Selain itu, seleksi juga diarahkan pada warna kulit telur hingga kemudian dikenal ayam petelur putih dan ayam petelur coklat (Zulfikar, 2013).

Ayam ras petelur adalah ayam ras final stock yang dihasilkan dari ayam ras bibit parent stock. Ayam ras petelur merupakan jenis ayam yang memiliki laju pertumbuhan sangat pesat dan kemampuan berproduksi telur yang tinggi (Rahayu, *et al.* 2011).

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Apriansya (2019), yang berjudul “Saluran dan Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras” Pemasaran telur ayam ras adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendistribusikan dari produsen ke konsumen. Penelitian pemasaran telur ayam ras ini dilaksanakan Di Daffa Farm Desa Muktisari Kecamatan Cipaku sampai ke pedagang pemgecer. Metode penelitian

menggunakan survey, waktu penelitian dari bulan April sampai Agustus 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran, fungsi pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran telur ayam ras. Lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (purposive), teknik penentuan sampel menggunakan snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran yaitu: 1). Produsen → konsumen. 2). Produsen → pedagang pengecer → konsumen. 3). Produsen → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen. 4). Produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen. Terdapat tiga fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penyediaan sarana. Bagian harga yang diterima peternak pada saluran pemasaran pertama sebesar 100 %, saluran kedua 81,63 %, saluran ketiga 82,61 % dan saluran pemasaran keempat sebesar 18,30 %. Bagian harga yang diterima peternak pada saluran pertama lebih besar dengan nilai efisien 0 %. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa nilai efisien saluran pemasaran pertama lebih efisien. Kata kunci: telur ayam ras, pemasaran, farmer's share, efisiensi (Apriansya, 2019).

Menurut Marius saluran distribusi adalah suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan terdiri dari agen, dealer, pedagang besar, dan pengecer melalui komoditi produk atau jasa dipasarkan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi menurut Swastha dan Irawan yaitu :

1. Produsen → konsumen

   Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah) oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran langsung.

2. Produsen → pengecer → konsumen

   Saluran ini juga disebut saluran langsung disini pengecer besar langsung pada produsen ada pula beberapa produsen yang mendirikan

toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen namun alternative ini tidak umum dipakai.

3. Produsen → pedagang besar → pengecer →konsumen

   Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional, disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar dan pembelian konsumen dilayani pengecer saja.

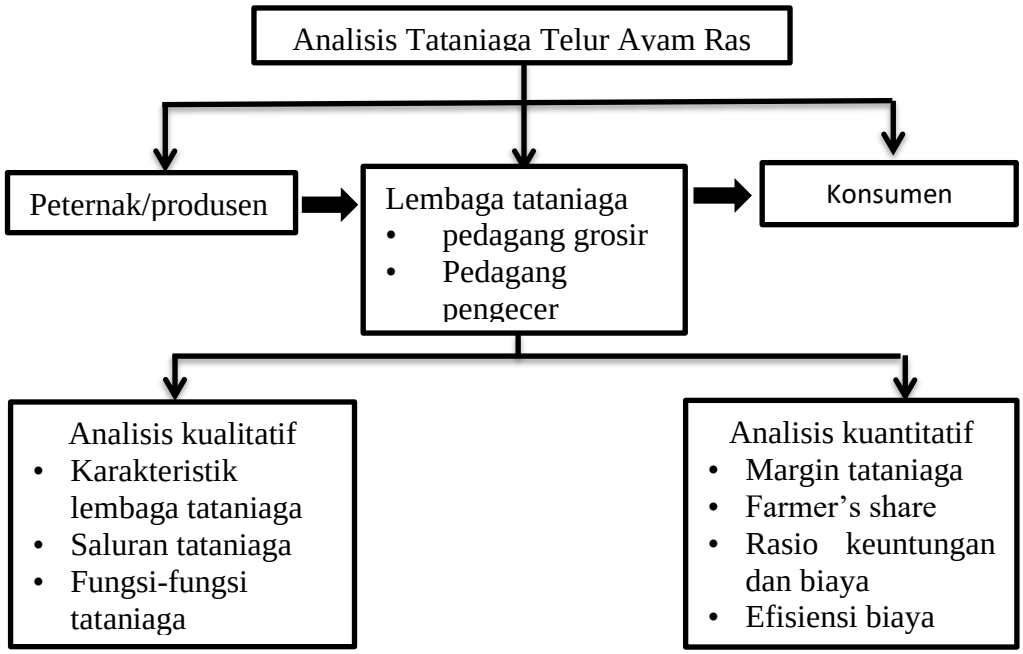
4. Produsen → agen → pengecer → konsumen

   Disini produsen memilih agen (agen penjualan/agen pabrik) sebagai penyalurnya. Kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada pengecer besar.

5. Produsen → agen → pedagang besar → pengecer → konsumen

   Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko toko kecil. Agen yang terlibat dalam distribusi ini terutama agen penjualan (Aziz, 2014)

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Gambar Kerangka konseptual

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap. Lokasi tersebut dipilih karena telah dipertimbangkan bahwa perusahaan peternakan ayam ras petelur tersebut telah didirikan sejak tahun 1993 dan telah mengalami peningkatan baik dalam jumlah ayam maupun telur yang dipasarkan. Selain itu pemasaran telur yang dilakukan telah tersebar luas di berbagai daerah. Subjek penelitian ini yakni perusahaan peternakan ayam ras petelur PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap sedangkan objek penelitian ini yakni analisis tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu

Penelitian di laksanakan di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap, kelurahan mario, Kecamatan kulo, Kabupaten Sidrap. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai April 2021.

3.2 Alat dan Bahan/Instrumen Penelitian

Alat ukur maupun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dan informasi adalah alat pencatat, alat dokumentasi elektronik berupa foto *handphone* dan daftar pertanyaan (kuesioner). Kuesioner ini disusun sebagai pedoman wawancara dan ditunjukkan bagi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah lembaga-lembaga pemasaran yang terdapat sebanyak 16 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang diambil merupakan lembaga pemasaran yaitu (produsen/peternak, 5 pedagang grosir, 5 pedagang pengecer dan 5 konsumen).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif berupa karakteristik lembaga tataniaga, saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga. Sedangkan data kuantitatif berupa *margin* tataniaga, *farmer's share,* rasio keuntungan dan biaya (R/C) tataniaga serta efisiensi tataniaga. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama dalam penelitian ini yang berasal dari hasil wawancara dengan responden dan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran studi pustaka dari berbagai literatur dari buku dan lain sebagainya yang dapat digunakan sebagai perbandingan dalam penyusunan skripsi.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

   Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian tentang saluran tataniaga, *margin* tataniaga, *farmer's share,* rasio keuntungan dan biata tataniaga serta efisiensi tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.

2. Wawancara

   Wawancara yaitu pengumpulan data dengan bertanya jawab kepada responden tentang saluran tataniaga, *margin* tataniaga, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biata (R/C) tataniaga serta efisiensi tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan *margin* tataniaga, *farmer's share,* rasio keuntungan dan biata tataniaga, serta efisiensi tataniaga telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap menggunakan rumus yakni:

1. Margin tataniaga

   Nj = Hk – Hp.....3.6.1

   Dimana :

   Nj = *Margin* tataniaga (Rp)

   Hk = Harga ditingkat konsumen (Rp)

   Hp = Harga ditingkat produsen (Rp)

2. *Farmer's share*

   $FS = \frac{Hp}{Hk} \times 100\%$.....3.6.2

   Dimana :

   FS = *farmer's share* (%)

   Hp = Harga ditingkat produsen (Rp/Rak)

   Hk = Harga ditingkat konsumen (Rp/Rak)

3. Rasio keuntungan dan biaya tataniaga

   R/C (%) = $\frac{\pi_i}{C_i}$ 100%.....3.6.3

   Dimana :

   R/C = Rasio Keuntungan (%)

   π_i = Keuntungan pemasaran pada tingkat ke-i (Rp)

   C_i = Biaya Pemasaran pada tingkat lembaga ke-i (Rp)

4. Efisiensi tataniaga

   Ep = $\frac{TB}{NP} \times 100\%$..... .....3.6.4

   Dimana :

   Ep = Efisiensi tataniaga (Rp)

   TB = Total biaya (Rp)

   NP = Nilai produk atau harga telur (Rp)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Rahardi, 2012).

Ayam petelur merupakan ayam-ayam betina dewasa yang dipelihara khusus untuk diambil telurnya. Asal mula ayam petelur adalah dari ayam hutan yang telah didomestikasi dan diseleksi sehingga bertelur cukup banyak. Ayam hutan mulai dapat diambil telurdan dagingnya maka arah dari seleksi tadi mulai spesifik. Ayam yang diseleksi untuk tujuan produksi dagingdikenal dengan broiler, sedangkan untuk produksi telur dikenal dengan ayam petelur. Selain itu, seleksi juga diarahkan pada warna kulit telur hingga kemudian dikenal ayam petelur putih dan ayam petelur coklat (Zulfikar, 2013).

Produsen adalah pihak-pihak yang dalam kegiatannya menghasilkan *output*, baik itu barang ataupun jasa, untuk dipasarkan ke konsumen dengan tujuan untuk

memperoleh keuntungan. Produsen dan konsumen merupakan pihak-pihak yang saling membutuhkan satu sama lain di dalam rantai perekonomian. Adapun kegiatan utama dari produsen adalah memproduksi atau menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen atau pasar (Prawiro, 2018).

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan para pembelian seseorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang (Dewi, 2013).

Pedagang grosir adalah perantara antara produsen dan pedagang pengecer. Pedagang grosir mendapatkan atau membeli produk dalam jumlah besar dengan harga yang lebih rendah dari produsen dan menjualnya ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer yang membeli barang dari grosir tersebut akan menjual kembali ke konsumen akhir atau untuk keperluan bisnis lainnya (Budi, 2020).

Pedagang pengecer adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bisnis non mereka sama halnya dengan pengertian eceran (*retailing*) (Kotler, 2012).