

Egg Production and Distribution

Produksi dan Tataniaga Telur Ayam Ras

Fitriani¹⁾ Hanung Ismono²⁾ dan Novi Rosanti²⁾

¹⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Jurusan Ekonomi dan Bisnis pada Politeknik Negeri Lampung Jl. Soekarno Hatta Raja Basa Bandar Lampung

²⁾ Dosen Fakultas Pertanian pada Universitas Lampung Jl. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung

Abstract

The average of egg consumption in Lampung reaches 20% through food household expenditure. It means that egg as important food to supplement protein needs must be accessible to the community. This research aimed (1) to investigate the egg production system; and (2) to investigate the distribution chain and marketing efficiency of egg from production center to consumers in Lampung Province. The research samples were taken by purposive and snowball sampling, involving egg producers and traders in any level. Egg production centers in Jati Mulyo District, South Lampung Regency, and trading centers in Bandar Lampung were chosen as research locations. Descriptive analysis was applied in investigating the egg production system dan distribution chain. The methods used to evaluate the efficiency of marketing system were Ratio Profit Margin (RPM) and Price Transmission Elasticity methods. The research results showed that on average, the egg production still faced high cost production because of high feeding cost. The egg distribution margin tended to show inefficient condition because the traders in any level got different benefit from that of producers. The value of Price Transmission Elasticity was lower than one. This condition means that the marketing system of egg is inefficient. The egg marketing tends to be imperfect competition or there is oligopsony or monopsony practice.

Keywords: *egg production, egg distribution chain, marketing system.*

Pendahuluan

Peternakan di Propinsi Lampung merupakan salah satu subsektor dalam bidang pertanian yang terus dipacu pertumbuhan dan perkembangannya, mengingat peternakan sebagai sumber produksi pangan hewani yang penting bagi kebutuhan masyarakat. Peternakan merupakan kegiatan budidaya ternak yang dilakukan oleh masyarakat, meliputi: ternak besar seperti sapi, kerbau, kambing, domba, juga ternak kecil seperti unggas.

Produk peternakan unggas yang sangat penting dan dikenal secara luas di kalangan masyarakat sebagai sumber protein hewani yang terjangkau adalah telur. Telur merupakan salah satu bahan pangan penting bersama kelompok makanan seperti: ikan, daging, dan susu yang berkontribusi mencapai 16,69% terhadap pangsa pengeluaran rumah tangga, bahkan bagi masyarakat perkotaan mencapai 20,27% (BPS Propinsi Lampung, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap

produksi telur yang dihasilkan juga akan terus mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan konsumsi masyarakat. Kondisi ini dapat dilihat dari perkembangan produksi telur pada tahun 2005—2009 dan populasi unggas dan produksi telur berdasarkan kabupaten di Propinsi Lampung pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Produksi Telur di Propinsi Lampung, 2005-2009

Tahun	Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)
2005	35,245.05	
2006	38,250.32	7.86
2007	38,045.19	-0.54
2008	38,397.68	0.92
2009	46,304.97	17.08

Sumber: BPS Propinsi Lampung, 2010

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa produksi telur mengalami peningkatan meskipun dengan variasi yang cukup beragam. Pertumbuhan negatif pernah terjadi pada tahun 2007 bersamaan dengan peristiwa endemik serangan virus flu burung H5N1 yang menyerang peternakan unggas secara luas. Namun selanjutnya produksi telur menunjukkan pertumbuhan positif dan bahkan pada tahun 2009 mampu tumbuh mencapai 17,08% yang menjadi indikasi tumbuh dan bangkitnya kembali peternakan unggas di Lampung. Perkembangan populasi unggas dan produksi telur berdasarkan kabupaten dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Populasi dan Produksi Telur Berdasarkan Kabupaten di Lampung, 2010

Kabupaten	Populasi Ayam Petelur (ekor)	Share (%)	Produksi Telur (ton)	Share (%)
Lampung Barat	766	0.02	591.73	1.28
Tanggamus	58,922	1.69	1,626.90	3.51
Lampung Selatan	2,409,505	68.93	27,753.48	59.94
Lampung Timur	143,139	4.09	3,597.93	7.77
Lampung Tengah	319,712	9.15	3,973.08	8.58
Lampung Utara	56,500	1.62	988.70	2.14
Way Kanan	41,982	1.20	1,360.66	2.94
Tulang Bawang	2,194	0.06	1,266.99	2.74
Pesawaran	165,142	4.72	2,005.31	4.33
Pringsewu	176,781	5.06	1,164.43	2.51
Mesuji	0	0.00	149.85	0.32
Tuba Barat	7,734	0.22	407.80	0.88
Bandar Lampung	80,100	2.29	418.46	0.90

Metro	33,100	0.95	999.65	2.16
Propinsi Lampung	3,495,577	100.00	46,304.97	100.00

Sumber: BPS Propinsi Lampung, 2010

Pada Tabel 2 tercermin secara signifikan bahwa Kabupaten Lampung Selatan merupakan sentra produksi telur di Propinsi Lampung dengan populasi unggas mencapai 68,93% dan pangsa produksi telur mencapai 59,94%. Hal ini juga berarti terdapat mobilisasi produksi telur dari daerah sentra produksi ke pusat-pusat pemasaran/permintaan telur di berbagai daerah lain di Propinsi Lampung.

Aktivitas pendistribusian/tataniaga telur dari produsen hingga ke konsumen secara efektif dan efisien merupakan kunci/prasyarat ketersediaan produk telur di pasar yang terjangkau oleh konsumen, baik dari segi ketepatan jumlah, mutu, tempat, dan waktu. Ketersediaan produk di pasaran sangat tergantung pada keberhasilan jaringan disitribusi dan pasar yang telah terbentuk atau melembaga. Mekanisme dan pola distribusi/pemasaran suatu komoditas menghasilkan tingkatan harga-harga pada berbagai tingkatan lembaga yang terlibat di dalam tataniaga tersebut. Dengan demikian, lembaga yang terlibat dalam penyampaian barang dan jasa pertanian hingga konsumen berperanan penting dalam penentuan harga dan ketersediaan pasokan di pasaran. Oleh karena itu, penting diketahui bagaimana kondisi produksi dan tataniaga telur berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui kondisi basis produksi telur di daerah sentra produksi; 2) mengidentifikasi lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga telur pada daerah sentra produksi hingga konsumen akhir; dan 3) menganalisis efisiensi tataniaga telur melalui pendekatan RPM (*ratio profit margin*) dan elastisitas transmisi harga.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sentra produksi dan distribusi telur di Propinsi Lampung. Lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) di Kecamatan Jati Mulyo Kabupaten Lampung Selatan sebagai sentra produksi telur serta Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan di Propinsi Lampung. Penelitian ini berlangsung selama 3 bulan dan dilaksanakan mulai bulan Desember 2010 sampai Februari 2011.

Penelitian ini mengambil sampel responden dari berbagai pihak, yaitu peternak telur sebagai produsen (4 responden), pedagang besar (2 responden) pedagang perantara (2 responden), pedagang pengecer (6 Responden) tersebar di Pasar Tradisional Panjang, Tugu, SMEP, dan Pasir Gintung. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive*) dan *snowball sampling* atas dasar jumlah pelaku produksi dan distribusi telur dari tingkat produsen hingga ke pedagang besar dan pengecer.

Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Alat Analisis yang digunakan meliputi:

1. Kondisi produksi dan data hasil rekapitulasi data awal akan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif.

2. Kondisi tataniaga telur menggunakan pendekatan pola saluran tataniaga, *ratio profit margin* (RPM), dan analisis transmisi harga.

Formula *Ratio Profit Margin* (RPM) sebagai berikut:

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau menjadi } m_{ji} = bt_i + \pi_i$$

Total margin pemasaran

$$m_j = \sum m_{ji} \text{ atau } m_j = P_r - P_f$$

$$\text{Rasio Profit Margin (RPM)} = \frac{\pi_i}{bt_i} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- m_{ji} = margin pemasaran pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{si} = harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{bi} = harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- bt_i = biaya pemasaran pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- m_j = total margin pemasaran
- P_r = harga pada konsumen akhir
- P_f = harga pada tingkat produsen

Apabila bagian harga yang diterima petani produsen rendah (<60%) dan nilai RPM menyebar tidak merata, maka saluran pemasaran yang dihadapi relatif tidak efisien.

Elastisitas transmisi harga menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang disuatu tingkat pasar terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau tingkat pasar lainnya (Hasyim, 2003).

$$P_f = a + b P_r$$

$$E_t = \frac{\delta P_f / P_f}{\delta P_r / P_r} = \frac{\delta P_f}{\delta P_r} * \frac{P_r}{P_f}$$

Keterangan :

- $E_t = 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat petani, pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah bersaing sempurna, dan system tataniaga yang terjadi sudah efisien.
- $E_t > 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat petani, terdapat kekuatan monopoli atau oligopoly dalam system tataniaga tersebut sehingga system tataniaga yang berlaku belum efisien.
- $E_t < 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat petani, terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni dalam system tataniaga tersebut sehingga system tataniaga yang berlaku belum efisien.

Hasil dan Pembahasan

Sistem Produksi

Daerah sentra produksi peternakan ayam petelur diwakili oleh Desa Margodadi Kecamatan Jati Mulyo Kabupaten Lampung Selatan. Rata-rata peternak telah berpengalaman usaha selama lebih dari 15 tahun. Kandang yang dimiliki tiap-tiap peternak rata-rata 13 buah dengan luasan per kandang sebesar 215 m². Kapasitas daya tampung kandang rata-rata sebesar 24.250 ekor.

Ayam petelur mulai berproduksi setelah berumur 20 minggu dengan rata-rata kemampuan produksi telur sebanyak 1 butir telur/ekor. Rata-rata pemeliharaan ayam ras petelur di daerah penelitian adalah 315.250 ekor. Ayam ras petelur akan terus berproduksi hingga minggu ke-76 dan memasuki masa afkir. Ayam afkir umumnya akan dijual sebagai ayam konsumsi di pasar-pasar terdekat dengan harga Rp 25.000—Rp 30.000,-.

Kemampuan perusahaan peternakan menyiapkan telur siap jual rata-rata sebesar 100 peti atau 1500 kg telur/hari. Aktivitas penjualan telur dilakukan di lokasi peternakan. Pembeli akan mendatangi peternakan setelah melakukan negosiasi penawaran melalui telpon. Harga jual telur pada situasi awal Januari 2011 berkisar pada tingkatan Rp 205.000/peti atau Rp 13.666/kg.

Penjualan telur dilakukan dalam partai kecil (minimal 1 peti) dan partai besar (minimal 3 peti). Pembeli telur sebagian besar berasal dari Bandar Lampung dan Lampung Selatan. Salah satu peternak besar yaitu Sumber Proteina memiliki kantor pemasaran di Jl. Antarasari Bandar Lampung. Negosiasi dan pembayaran dilakukan di kantor pemasaran sedangkan pengambilan telur dilakukan langsung ke lokasi peternakan di Kecamatan Jati Mulyo. Pedagang umumnya membeli dalam kisaran jumlah telur sebanyak 3-5 peti dua kali dalam seminggu untuk partai kecil dan 100 peti/minggu untuk mitra usaha yang telah menjalin kemitraan penjualan hasil dengan perusahaan.

Pengeluaran (biaya) dalam usaha ayam petelur meliputi pengeluaran untuk membeli sarana produksi dan upah tenaga kerja (pengeluaran atas biaya tunai). Sarana produksi utama meliputi: pengadaan DOC (*day old chick*), biaya pakan, biaya vaksin, biaya kemasan, biaya tetap seperti listrik, air, dan tenaga kerja. Kebutuhan biaya produksi ayam petelur secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Biaya produksi ayam ras petelur per satu satuan ekor

Komponen biaya	Vol (satuan)	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)		(%) biaya
Pembelian DOC	1	6850	6,850		3.62
Biaya Pakan					
Fase I (0-4 mgg)	1.52	2520	3,830		2.02
Fase II (4--8 mgg)	3.829	2520	9,649		5.10
Fase III (9-76 mgg)	56.28	2520	141,826		74.92
Vaksin	1	1,588	1,588		0.84
Biaya listrik	11	1,458	16,038		8.47
Air	11	209.7938	2,308		1.22
Tenaga kerja	1	136.0825	136		0.07
Kemasan	1	7079.124	7,079		3.74
Total biaya produksi			189,304		100.00

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa besarnya biaya pembelian pakan merupakan komponen biaya utama dalam produksi ayam ras petelur mencapai 82,04% dari total biaya produksi. Besarnya biaya pakan menyebabkan usaha peternakan ayam ras petelur berbiaya tinggi dan seringkali menjadi hambatan bagi pengembangan usaha ayam ras petelur secara umum. Besarnya tingkat penerimaan usaha ayam ras petelur dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Penerimaan dan pendapatan usaha ayam ras petelur per satu satuan ekor

Uraian	Vol (satuan)	Konversi kg	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Produksi telur/ekor	320	21	13,666	291,541
Ayam afkir	1	1	27,500	27,500
Total Penerimaan				319,041
Biaya produksi	1	1	189,304	189,304
Pendapatan				129,737
R/C				1.69

Berdasarkan Tabel 4 terlihat nilai R/C ratio usaha peternakan ayam ras petelur sebesar 1,69. Hal ini berarti setiap Rp 1,00 modal yang diinvestasikan untuk usaha penggemukan sapi akan memberikan penerimaan sebesar Rp 1,69 sehingga dapat dijelaskan bahwa usaha penggemukan sapi layak diusahakan. Menurut Soekartawi (1995) apabila nilai R/C ratio > 1 maka usahatani tersebut layak diusahakan. Oleh karena itu keputusan yang diambil oleh pelaku usaha tepat dan tetap diusahakan.

Biaya usaha ayam petelur meliputi pengeluaran untuk membeli sarana produksi utama meliputi: pengadaan DOC (day old chick), biaya pakan, biaya vaksin, biaya kemasan, biaya tetap seperti listrik, air, dan tenaga kerja rata-rata mencapai Rp 189,304/ekor. Biaya pembelian pakan merupakan komponen biaya utama dalam produksi ayam ras petelur mencapai 82,04% dari total biaya produksi. Besarnya biaya pakan menyebabkan usaha peternakan ayam ras petelur berbiaya tinggi dan seringkali menjadi hambatan bagi pengembangan usaha ayam ras petelur secara umum.

Pakan konsentrat bagi ayam petelur sebagian besar berbahan dasar jagung, dedak/bekatul, dan tepung ikan. Pasokan bahan baku pakan konsentrat bagi para produsen pakan ternak ayam petelur, terutama tepung ikan masih tergantung pada pasokan impor. Bahkan 24% kebutuhan jagung industri pakan ternak di Propinsi Lampung juga didatangkan dari impor (Restiana dan Ismono, 2010). Ketergantungan bahan baku pakan dari impor menyebabkan ketidakpastian harga dan pasokan bahan baku. Akibatnya harga bahan baku pakan cenderung fluktuatif dan tergantung pada kondisi perekonomian global (kurs juga menjadi tidak pasti). Industri pakan ternak menghadapi kondisi tingginya biaya produksi pakan. Lebih lanjut akan menyebabkan harga jual pakan hingga ke tangan peternak ayam ras menjadi meningkat. Selain itu, produsen pakan ternak di Propinsi Lampung juga

relatif terbatas, sehingga asimetri informasi harga pakan menjadi bias berdasarkan kepentingan industri. Peternak sebagai penerima harga sangat lemah posisinya, dan tidak berdaya menghadapi harga pakan yang cenderung terus meningkat. Akibatnya, petani juga turut meningkatkan harga jual produksi telur ayam ras yang dimilikinya. Kondisi tersebut di atas menjadi lingkaran penyebab meningkatnya harga telur ayam ras pada tingkatan pelaku pemasaran dan konsumen.

Infrastruktur jalan yang rusak parah yang harus ditempuh dalam menyalurkan telur ayam ras dari daerah sentra produksi ke lokasi pemasaran menyebabkan tingkat kerusakan telur sangat tinggi dan menimbulkan kerugian mencapai $\pm 3\%$. Selain itu, intensitas pengiriman menjadi berkurang (memerlukan waktu yang relatif lebih lama untuk setiap kali pengiriman) dan meningkatnya biaya transportasi. Hal ini juga turut berkontribusi dalam meningkatkan harga jual telur hingga ke tingkat konsumen akhir.

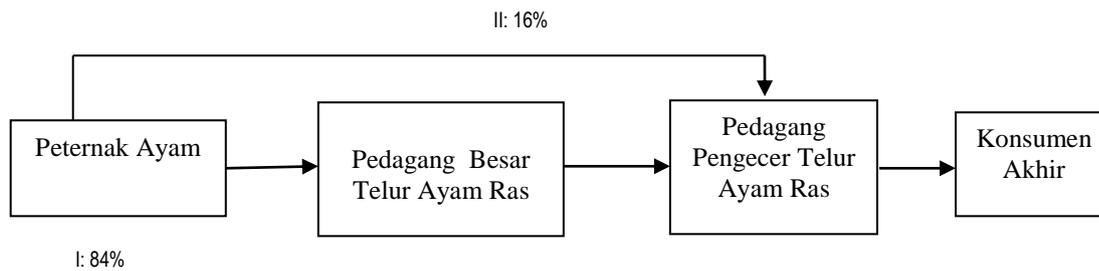
Sistem Tataniaga

Rantai tataniaga telur ayam ras yang terbentuk berawal dari pedagang pengecer di Bandar Lampung langsung memperoleh telur dari perusahaan besar peternakan atau peternak perseorangan. Pedagang pengecer di Bandar Lampung memperoleh pasokan telur ayam ras dari (1) PT. Sumber Protena (Perw. Jl Antasari cp: Bp Rukmin); Desa Margodadi Karang Anyar; (2) PT. Simpur Farm Negeri Sakti; (2) PT. SP Farm Karang Anyar; (3) Lestari Farm Group Desa Margo Lestari Jati Agung; dan (4) Peternak dari Desa Sukamaju Tanjung Bintang, Jati Agung, Gading Rejo, Natar, Bergen. Sistem pembayaran yang berlaku antara perusahaan dan pedagang adalah konsinyasi 1-2 minggu dan tunai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran tataniaga yang terbentuk pada komoditas telur ayam ras ada dua macam saluran. Saluran tataniaga yang pertama melibatkan seluruh lembaga tataniaga telur ayam ras. Saluran tataniaga yang kedua tidak melibatkan pedagang besar. Secara ringkas kedua macam saluran tataniaga tersebut adalah sebagai berikut:

- I: (84%) : Peternak ayam --- pedagang besar telur ayam ras --- pedagang pengecer telur ayam ras --- konsumen akhir
- II: (16%) : Peternak ayam --- pedagang pengecer telur ayam ras --- konsumen akhir

Saluran tataniaga yang paling banyak dilalui dalam sistem pemasaran telur ayam ras adalah saluran pertama, yaitu sebanyak 84% dan saluran pemasaran yang paling sedikit dilalui adalah saluran kedua, yaitu sebanyak 16%. Akibat dari saluran pemasaran telur ayam ras tersebut, maka terjadi keragaman harga telur ayam ras di tingkat konsumen. Gambaran tentang saluran pemasaran telur ayam ras yang terbentuk di Propinsi Lampung tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran telur ayam ras di Propinsi Lampung

Pada pelaksanaan kegiatan usahanya, para pedagang pengecer telur ayam ras menghadapi beberapa persoalan utama yang berkaitan dengan penentuan harga jual mereka, yaitu: (1) jalan rusak menyebabkan resiko telur pecah mencapai lebih dari 3%; (2) persaingan antar pedagang tinggi; (3) harga pembelian telur ayam ras fluktuatif; (4) konsumen telur ayam ras kurang ramai/sepi pembeli; (5) keterbatasan modal menyebabkan keterbatasan jumlah pembelian; dan (6) adanya pungutan liar (preman) di lokasi usaha.

Konsumen telur ayam ras di pasar adalah sekitar 70% berasal dari kalangan toko dan warung kecil, dan sekitar 30% berasal dari kalangan rumah tangga. Marjin keuntungan kotor yang diperoleh para pedagang pengecer berkisar antara Rp1.000-1.100 setiap kilogramnya. Rata-rata harga pembelian telur adalah Rp 12.477/kg, dan rata-rata harga jual telur mereka adalah Rp 13.550/kg.

Hasil survai menunjukkan bahwa rata-rata biaya penjualan pedagang pengecer sebesar Rp 453, 61/kg, dengan frekuensi pembelian telur ayam ras ke peternak 2—3 kali per minggu. Umumnya para pedagang pengecer telur ayam ras di Bandar Lampung melakukan pembelian dengan rata-rata volume pembelian 50-100 peti. Selanjutnya rata-rata volume penjualan adalah 10-20 peti/hari. Gambaran secara rinci tentang komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer tersaji pada Tabel 5.

Tabel 5. Komponen biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengecer

No	Komponen biaya	Jumlah biaya
1	Biaya angkut per 1 kali jalan	Rp90.000,00
2	Biaya bongkar	Rp1.000,00/peti
4	Biaya salar pasar	Rp30.000/bulan
5	Biaya keamanan	Rp30.000/bulan
6	Biaya kebersihan	Rp30.000/bulan
7	Biaya listrik	Rp30.000/bulan
8	Sewa kios	Rp6-10 juta/tahun
9	Pajak	Rp200.000/tahun

Marjin tataniaga merupakan selisih harga antara harga jual petani dengan pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran. Marjin tataniaga berpengaruh langsung terhadap pembentukan harga di

tingkat produsen. Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa peternak telur ayam ras tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Hal ini terjadi karena pedagang besar yang datang langsung ke peternak untuk membeli telur ayam ras. Pedagang besar mendapatkan margin tataniaga yang paling tinggi dibandingkan pelaku pasar lainnya, yaitu Rp 1.044,00. Hal ini dikarenakan resiko susut dan pecah telur ditanggung oleh pedagang besar serta modal yang digunakan untuk usahanya cukup besar. Besarnya bagian harga yang diterima peternak telur ayam ras, margin pemasaran, margin keuntungan (*profit margin*), dan *Ratio Profit Margin* (RPM) tataniaga telur ayam ras di Propinsi Lampung tersaji pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Margin Tataniaga Telur Ayam Ras di Propinsi Lampung

No.	Uraian	Harga (Rp/kg)	Share (%)	RPM
1	Peternak Telur Ayam Ras			
	Harga jual	11.750	81,63	
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	- Biaya Muat dan Angkut	200	1,39	
	- Bongkar	66,67	0,46	
	- Susut dan pecah	264,89	1,84	
	- Lain-lain	35,55	0,25	
	Harga Jual telur ayam ras	13.361,11	92,82	
	Margin Pemasaran	1.611,11	11,19	
	Profit Margin	1.044	7,25	1,841
3	Pedagang Pengecer			
	Biaya Pemasaran:			
	- Biaya Muat dan Angkut	100	0,69	
	- Bongkar	66,67	0,46	
	- Susut dan pecah	34,56	0,24	
	- Lain-lain	24,56	0,17	
	Harga Jual telur ayam ras	14.394,44	100	
	Margin Pemasaran	1.033,33	7,18	
	Profit Margin	807,54	5,61	3.577

Nilai Ratio Profit Margin (RPM) tertinggi ada pada pedagang pengecer, yaitu sebesar Rp 4,577/kg telur ayam ras. Hal ini berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp3,577/kg telur ayam ras. Nilai RPM yang tinggi dikarenakan keuntungan yang didapat pedagang pengecer lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkannya. Pedagang pengecer telur ayam ras hanya mengeluarkan biaya muat dan angkut sebesar Rp100,00/kg telur ayam ras, biaya bongkar sebesar 66,67/kg, biaya susut dan pecah sebesar Rp34,56/kg, dan biaya lain-lain sebesar Rp24,56/kg. Distribusi margin tataniaga dan nisbah margin keuntungan telur ayam ras pada masing-masing lembaga tataniaga tidak merata, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran tataniaga telur ayam ras di Propinsi Lampung belum efisien. Menurut Saefudin dan Hanafiah (1982), margin tataniaga yang diperoleh masing-masing tingkatan pasar dalam pola distribusi suatu barang mencerminkan tingkat efisiensi operasional dan efisiensi ekonomis dari suatu tataniaga komoditas. Hal ini sesuai dengan Azaino (1982) bahwa apabila besarnya rasio keuntungan menyebar tidak merata pada masing-

masing lembaga tataniaga maka pasar yang terjadi cenderung tidak bersaing sempurna atau sistem tataniaga yang terjadi cenderung tidak efisien.

Analisis elastisitas transmisi harga merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui besarnya dampak perubahan harga di tingkat produsen terhadap perubahan harga di tingkat konsumen. Hasil perhitungan elastisitas transmisi harga di tingkat produsen dan konsumen pada tataniaga telur berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebesar 0,054. Nilai elastisitas transmisi lebih kecil daripada satu, hal ini berarti bahwa perubahan harga telur ayam ras di tingkat pedagang pengecer telur ayam ras sebesar satu persen akan diikuti perubahan harga telur ayam ras sebesar 0,054 persen di tingkat peternak atau dapat juga diartikan bahwa laju perubahan harga di tingkat peternak sedikit lebih kecil daripada di tingkat pedagang pengecer.

Nilai elastisitas transmisi harga untuk komoditas telur ayam ras nilainya kurang dari satu, hal ini berarti bahwa laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Keadaan ini berarti bahwa sistem tataniaga yang berlaku untuk komoditas telur ayam ras belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga komoditas tersebut adalah bersaing tidak sempurna, dan diduga terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni dalam sistem tataniaganya (Hasyim, 2003).

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Kondisi produksi telur ayam ras beras di Propinsi Lampung rata-rata menghadapi persoalan tingginya biaya pakan sebagai komponen utama biaya produksi, mencapai 82,04% dari total biaya produksi. Besarnya biaya pakan menyebabkan usaha peternakan ayam ras petelur berbiaya tinggi dan seringkali menjadi hambatan bagi pengembangan usaha ayam ras petelur secara umum.
2. Distribusi margin tataniaga dan nisbah margin keuntungan telur ayam ras pada masing-masing lembaga tataniaga tidak merata, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran tataniaga telur ayam ras di Propinsi Lampung belum efisien.
3. Nilai elastisitas transmisi harga untuk komoditas telur ayam ras nilainya kurang dari satu, hal ini berarti bahwa laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Keadaan ini berarti bahwa sistem tataniaga yang berlaku untuk komoditas telur ayam ras belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga komoditas tersebut adalah bersaing tidak sempurna.

Saran

1. Penguatan industri pakan ternak di Propinsi Lampung melalui kecukupan pasokan bahan baku berbasis sumberdaya lokal penting menjadi prioritas dalam meminimalkan biaya pakan yang

- tinggi dan tergantung pada impor. Penguatan basis produksi bahan baku pakan ternak lokal menjadi kunci pengembangan industri di sektor peternakan.
2. Pemerintah daerah perlu memperbaiki kondisi infrastruktur jalan yang ada di seluruh wilayah Lampung untuk menjamin mobilitas hasil produksi ke konsumen akhir dapat berjalan lancar, tepat waktu, tepat mutu, tepat tempat, dan jumlahnya.

Daftar Pustaka

- Azzaino, Zulkifli. 1980. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Lampung. 2010. *Lampung Dalam Angka*. Pemerintah Daerah Propinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2000. Struktur dan Keterkaitan Pasar Lada Dunia: Suatu Kajian Empiris. *Sosio Ekonomika*. *Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Volume 6 No. 2.
- _____. 2003. *Pengantar Tataniaga Pertanian: Diklat Kuliah Fakultas Pertanian Universitas Lampung*. Bandar Lampung. 50 hlm.
- Restiana dan Ismono. 2011. Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmiah ESAI* Volume 5, Nomor 1, Januari 2011. Politeknik Negeri Lampung
- Saefudin dan Hanafiah, 1982. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Universitas Indonesia. Jakarta.