



Analysis Of Duck Egg Trading In Livestock Group Source Of Rejeki, Tawang Rejo Village, Turi District, Lamongan Regency

Analisis Tata Niaga Telur Itik Di Kelompok Ternak Sumber Rejeki Desa Tawang Rejo Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan

Ahmad Nur Efendi^a, Nuril Badriyah^{b*}, Ratna Kumala Dewi^c

^{a,b,c} Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Islam Lamongan, Indonesia

email: nurilbadriyah@unisla.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima 24 sep 2022
Direvisi 20 okt 2022
Diterima 3 Nov 2022
Tersedia online 23 Nov 2022

Kata kunci:

Penjualan
Telur
Itik
Tata Niaga

Keywords :

Sales
Eggs
Duck
Commerce

ABSTRAK

Perkembangan peternakan di Indonesia relatif lebih maju. , jika dibandingkan dengan industri lain. Keadaan ini terlihat dari kontribusi protein hewani yang disumbangkan untuk daging dan telur oleh peternakan unggas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alur distribusi sistem penjualan telur itik di Kelompok Ternak Sumber Rejeki Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan. Tidak ada pemasaran yang terlibat dalam tata niaga telur itik pada kelompok ternak di Desa Tawang Rejo Kecamatan Turi yaitu : Pedagang Besar (Penjual) - Pasar (Penjual dan Pengecer) - Pengecer (Toko). Bagian keuntungan yang diperoleh masing-masing pedagang adalah: Rp 1.000 untuk pedagang besar (pengumpul), Rp 60.000 untuk pasar (penjual dan pengecer) Rp 70.000 untuk pengecer (toko) Rp 35.000 jadi semakin besar populasi ternak maka semakin efisien pemasarannya. diterima petani..

ABSTRACT

Livestock development is relatively more advanced in Indonesia. , when compared to other machines. This situation can be seen from the contribution of animal protein that is donated to meat and eggs by poultry farms.

The purpose of this research is to find out the distribution flow of the duck egg trading system in the Sumber Rejeki Livestock Group, Turi District, Lamongan Regency. There is no marketing involved in the trading system of duck eggs in the livestock group in the village of Tawang Rejo, Turi sub-district, namely: Wholesalers (Sellers) - Markets (Sellers and Retailers) - Retailers (Toko). The share of the profits earned by each trader is: IDR 1,000 for wholesalers (collectors), IDR 60,000 for markets (sellers and retailers) IDR 70,000 for retailers (shops) IDR 35,000 so the larger the livestock population, the more efficient the marketing. accepted by farmers.

APA style in citing this article:

Efendi, A. N., Badriyah, N., & Dewi, R.K. (2022). "The Perception And Interest Of The Young Generation On Livestock Business In Kedunggalar District Ngawi Regency," International Journal of Animal Science Universitas Islam Lamongan, vol. 5, no. (2), 2022. Halaman 212-216.

1. Pendahuluan

Peternakan itik merupakan salah satu usaha peternakan yang berperan penting dalam perekonomian. Hasil produksi itik berupa telur dan daging dapat dikonsumsi dan banyak diminati oleh masyarakat (Kurnianingrum, 2008). Telur itik telah menjadi salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan protein yang murah bagi masyarakat, karena telur itik memiliki kadar protein dengan

struktur asam amino yang lengkap sehingga dapat menjadi sumber gizi yang sangat baik bagi tubuh (Winarno dalam Gumay, 2009) perkembangan industri peternakan unggas di Indonesia relatif lebih maju jika dibandingkan dengan peternakan lainnya. Keadaan ini dapat dilihat dari kontribusi protein hewani yang disumbangkan untuk daging dan telur oleh peternakan unggas.

Pemeliharaan itik didominasi oleh peternak dengan sistem pemeliharaan secara tradisional dimana itik digembalakan di sawah atau di tempat yang banyak airnya. Peternak menggiring itik petelur ke sawah yang telah dipanen dan jika lokasi tersebut memasuki musim tanam padi, peternak akan memindahkan ternaknya ke lokasi lain. Sistem pemeliharaan ini biasa disebut dengan sistem pemeliharaan bergilir, yaitu sistem pemeliharaan yang dilakukan oleh peternak dimana peternak memindahkan ternaknya berpindah tempat untuk mendapatkan pakan itiknya (Nurana, 2014).

2. Materi dan Metode

Penelitian ini dilakukan di peternakan itik di Desa Tawang Rejo Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan pada bulan Maret – April 2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive random sampling dan proportional random sampling. Purposive random sampling adalah metode pengambilan sampel dengan menentukan karakteristik yang sesuai dengan tujuan (Sugiyono, 2003). Proporsional random sampling adalah pengambilan sampel yang mempertimbangkan unsur atau kategori dalam populasi penelitian (Sugiyono, 2003). Variabel dalam penelitian ini adalah: Saluran pemasaran, Margin/keuntungan sistem tata niaga pemasaran. Jumlah sampel yang diambil berdasarkan kriteria jumlah populasi ternak itik di Desa Tawang Rejo Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan. ialah:

Tabel 1. Kriteria Populasi dan Kepemilikan Itik Petelur

Populasi	Jumlah responden
20-39 ekor	5 orang
40-59 ekor	9 orang
60-79 ekor	2 Orang
80-99 ekor	1 orang
100-119 ekor	5 Orang
120-130	2 Orang

3. Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Identitas responden merupakan keadaan yang menggambarkan kondisi umum dari peternak itik yang masih aktif memproduksi pada saat dilakukannya penelitian ini meliputi jumlah dan jumlah populasi.

Tabel 2. Jumlah populasi peternak yang ada di Desa Tawang Rejo Kecamatan turi

Populasi	Jumlah responden
20-39 ekor	5 orang
40-59 ekor	9 orang
60-79 ekor	2 Orang
80-99 ekor	1 orang
100-119 ekor	5 Orang
120-139	2 orang

Sumber : Data Primer 2022

Tabel 3. Karakteristik Jumlah Distribusi

No	Nama	Umur	Jumlah populasi	Pendidikan
1	Sumiatun	40	20	SD
2	Janatun	47	25	SMP
3	Muliatun	58	30	SD
4	Imroatin	44	36	SD
5	Khilyatus	39	30	SMA
6	Masfufah	37	37	SMA
7	Masulah	42	40	SMA
8	Partik	60	40	SD
9	Suratmi	58	40	SD
10	Tatik	37	45	SMA
11	Zulfa	48	50	SMA
12	Zuria	38	50	SMA
13	Hj.Al	47	50	SMA
14	Masfyah	52	50	SMP
15	Warji	70	42	SMA
16	Eni	35	60	SMK
17	Siti Fitria	42	70	SMP
18	Hj.Daya	50	90	SMP
19	Mustainah	60	100	SMA
20	Hj.Hima	44	115	S-1
21	Hj.Khotimah	58	100	SMP
22	Suaibah	47	100	MTS
23	Asfiah	43	110	SMP
24	Musarofah	53	120	SMP
25	Komsatun	45	130	SMA
TOTAL		1,194	1,580	
RATA-RATA		47,76	63,2	

Sumber : Data Primer 2022

Pemasaran Telur itik merupakan tanggung jawab dari peternak, dengan kata lain peternak diperbolehkan menjual kepada siapapun termasuk pedagang selain pedagang, biasanya peternak juga melayani masyarakat yang membeli secara eceran atau hanya digunakan untuk makanan sehari-hari, hal ini dikarenakan semua proses pemasaran telur itik gratis bagi siapa saja yang ingin membelinya dengan harga yang murah. harga yang telah ditentukan. ditentukan oleh produsen atau peternak.

Alur Distribusi (20-130 Ekor)

Peternak → Pengepul Besar → Pasar → Pedagang Pengecer (toko) → Konsumen.

Pengepul besar membeli telur itik dari peternak (produsen) dengan total daya beli antara 20 – 70 bibit yang kemudian didistribusikan ke pasar-pasar yang kemudian dibeli oleh pengecer (toko) dan konsumen (masyarakat). Kotler (1995) menyatakan bahwa saluran pemasaran bertugas menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran bisa sederhana atau kompleks.

Pedagang Pengecer (Toko)

Pengecer merupakan pedagang yang menjual telur itik dalam bentuk bibit, pedagang ini memiliki tempat untuk menampung telur itik, sistem jual belinya dilakukan secara tunai. total daya beli rata-rata 20-50 butir telur dengan harga beli telur itik dari pedagang pasar dengan harga rata-rata Rp. 3.500. Harga tersebut merupakan harga per tanggal 10-20 Juli 2022, dan dijual kembali dengan harga Rp. 4.000/butir ke konsumen . Menurut undang-undang industri perdagangan pasal 1 ayat (7) pedagang eceran adalah orang perseorangan atau badan usaha yang kegiatan utamanya menjual langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah kecil.

Tabel 4. Biaya pemasaran penerimaan dan keuntungan pedagang pengecer (toko)

No	Uraian	Pedagang pengecer (toko)	
		Jumlah (Rp / Biji)	(Rp / 50 Biji)
1.	Penerimaan		
	Penjualan Telur Itik	4.000	200.000
	Total Penerimaan		200.000
2.	Biaya Pemasaran		
	Pembelian Telur Itik	3.500	175.000
	Total Biaya Pemasaran		175.000
3.	Kuntungan		25.000

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

4. Kesimpulan

Terdapat alur distribusi tata niaga telur itik di kelompok ternak di desa tawang rejo kecamatan turi , diantaranya yaitu (20 - 130 ekor), yang perbedaannya terletak pada dominasi skala pedagang. Unsur pemasaran yang terlibat dalam tata niaga telur itik di kelompok ternak di desa tawang rejo kecamatan turi adalah :Pedagang Besar (Pengepul) – Pasar (Penjual dan Pengecer) – Pedagang Pengecer (Toko). *Share* keuntungan yang diperoleh masing-masing pedagang adalah : Rp.1,000 untuk pedagang besar (Pengepul), Rp.140,000 Pasar (Penjual dan Pengecer) Rp.35,000 Pedagang Pengecer (Toko) Rp.25,000 jadi semakin besar populasi ternak maka semakin efisien pemasaran yang diterima oleh peternak.

5. References

- Abd. Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti 2008, Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta. 204 hlm
- Abdul Halim dan Bambang Supomo.(2005). Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Bachri, B. S. 2010. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62. BPS Ngawi. 2021. Kabupaten Ngawi Dalam Angka 2021. 239.
- Daniel, Moehar .2002. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Jakarta : Bumi Aksara
- Downey, W. David. dan P. E. Steven. 1987. Manajemen Agribisnis. Penerbit Erlangga, Jakarta.495 hal.
- Depdiknas .2001. Kamus Besar Bahasa Indonesia.Jakarta ;Balai Pustaka.
- Echdar, S. (2013). Manajemen Entrepreneurship: Kiat Sukses Menjadi Wirausaha. Jogyakarta: Penerbit Andi.
- Jumiati, dkk. 2013. Analisis Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor Vol.VII No.1*. Fakultas Pertanian. Universitas Borneo. Tarakan
- Kotler, Philip. (1992). Marketing, jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo
- Kohls, R.L. and Uhl J.N. 2002. Marketing of Agricultural Products. Ninth Edition. Macmillan Company. New York.
- Listiyowati, E. Dan Kinanti R., 2009. Beternak Itik Secara Komersial.Panebar Swadaya, Jakarta. *Peternakan Sriwijaya (JPS)* 1, 55-64 | vol: | issue : | 2012
- Sudaryati. N.L.H., dkk. 2007. Pemanfaatan Sedimen Perairan Tercemar Sebagai Bahan Lumpur Aktif dalam Pengolahan Limbah Cair Industri Tahu. Denpasar: Universitas Udayana. 3 (1) : 21 – 29

- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadyah Malang
- Sihombing, T. P.2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (studi kasus PT. sumatera speciality coffees)*. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadyah Malang
- Sugiyono. (2003). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutarno. 2014. "Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri". e- Journal *Agrineca*. 14 (1): 1-10
- Taswan. 2006. *Manajemen Perbankan*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Triyanto. 2007. *Model-model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivisme*. Jakarta: Prestasi Pustaka.