

HUBUNGAN FUNGSI KERJASAMA KELOMPOK DENGAN SISTEM TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN PAYAKUMBUH KABUPATEN LIMAPULUH KOTA PROVINSI SUMATERA BARAT

Oleh:

Esi Witria¹ dan Wardani¹

¹Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor

Corr: wardanis39@yahoo.co.id

ABSTRAK

Sistem tataniaga telur merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Sistem tataniaga tersebut sangat erat hubungannya dengan pendapatan peternak karena semakin panjang saluran tataniaga maka hargayang diterima olehpeternak (*farmer's share*) semakin rendah. Permasalahan yang dihadapi para peternak ayam ras petelur di Kelompoktani Peru Saiyo adalahkeuntungan usaha peternakan ayam ras petelur (*farmer's share*) masih rendah. Hal tersebut disebabkan panjangnya saluran tataniaga karena kurang berfungsinya kelompok dalam hal kerjasama. Kelompoktani belum melaksanakan hubungan melembaga dengan koperasi maupun pihak lain dalam melaksanakan pemasaran hasil. Penelitian bertujuan: 1) Mengetahui hubungan kerjasama kelompok dengan sistem tataniaga telur ayam ras, 2) Mengetahui kerjasama kelompok dengan *farmer's share*, 3) Mengetahui kerjasama kelompok dengan margin tataniaga. Metode penelitian dilakukan dengan wawancara terhadap 30 peternak sebagai responden untuk dijadikan sampel. Penentuan sampel secara sengaja (*purposif sampling*). Pengumpulan data dengan kuesioner berupa pernyataan kemudian hasilnya ditabulasi dan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan uji konkordansi Kendall's W dengan mencari *mean rank*/mencari peringkat (*ranking*) terlemah, dan uji korelasi *rank* Spearman. dengan bantuan program SPSS versi 17. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan mean rank terendah adalah hubungan melembaga dengan koperasi lain 1,80 kemudian kelompoktani sebagai tempat pelayanan 2,13 dan system tataniaga telur ayam ras 2,07, sehingga materi penyuluhan yang ditekankan hubungan fungsi kelompoktani sebagai wahana kerja sama dengan sistem tataniaga telur ayam ras. Khususnya mengenai hubungan melembaga dengan koperasi atau pihak lain. Kerja sama antar kelompoktani dengan pihak lain yang merupakan lembaga pemasaran akan memberikan pengaruh kesetabilan harga telur sehingga pedagang besar tidak mudah untuk mengendalikan harga.

Kata kunci: kelompoktani, kerjasama, sistem tata niaga, telur ayam ras

ABSTRACT

Market chain influences farmers' revenue. The longer the market chain, the lower the farmers' revenue. Problems faced by the layer chicken farmers in Peru Saiyo farmer group was the low benefit (the low of farmer's share) due to the long channel of trading system because of the malfunction of farmer group cooperation. The farmer group did not implement institutionalized partnership with cooperation (Koperasi) and other marketing parties. This study aimed to: 1) determine the working relationship between cooperation farmer group function and the eggs marketing system 2) know the relationship between cooperation farmer group function and farmer's share, 3) know the relationship between cooperation farmer group function and the margin of trading system. The research was done by interviewing 30 farmers as respondents (samples). The samples were chosen intentionally (purposive sampling). Data collected by using questionnaire in the form of statements. The results then tabulated and analyzed descriptively by using Concordance Kendall's W Test to find the mean rank and the lowest rank. SPSS version 17. The analysis showed that the mean rank lowest was institutionalized relations with other cooperatives 1.80 then 2.13 kelompoktani as a place of

service and business administration system of eggs 2.07, so the extension materials are stressed relationship kelompoktani function as a vehicle for cooperation with the business administration system chicken eggs. Specifically regarding the institutionalized relationship with the cooperative or other parties. Cooperation between kelompoktani with others who are marketing agencies will provide stability influence egg prices that wholesalers are not easy to control prices.

Keywords: cooperation, eggs, farmer's group, marketing systems

PENDAHULUAN

Secara ekonomi pengembangan usaha ayam ras petelur di Indonesia memiliki prospek bisnis menguntungkan, karena permintaan selalu bertambah. Hal tersebut dapat berlangsung apabila kondisi perekonomian berjalan normal. Lain halnya bila secara makro terjadi perubahan secara ekonomi yang membuat berubahnya pasar yang akan mempengaruhi permodalan, produksi dan pemasaran hasil ternak.

Dalam usaha ayam ras petelur, sistem tataniaga telur merupakan hal yang utama karena sangat berpengaruh terhadap pendapatan usaha peternakan ayam ras petelur. Sistem tataniaga tersebut sangat erat hubungannya dengan pendapatan peternak, karena semakin panjang saluran tataniaga telur ayam ras maka persentase penerimaan margin harga yang diterima oleh peternak (*farmer's share*) akan semakin rendah.

Usaha peternakan ayam ras petelur yang dilakukan secara berkelompok memberikan jaminan yang lebih baik dibandingkan dengan usaha mandiri. Kelompok terbentuk atas dasar adanya kepentingan dan tujuan yang sama. Dengan adanya kelompoktani, petani semakin terikat oleh kepentingan dan tujuan bersama dalam meningkatkan produksi dan pendapatan dari

usahataniya dengan prinsip “dari, oleh dan untuk peternak (Departemen Pertanian, 2007). Fungsi kelompok sebagai wadah kerjasama terutama dalam hal melaksanakan hubungan melembaga dengan koperasi dan melaksanakan perencanaan secara bersama untuk usaha yang sehat dan kondusif termasuk di dalamnya pelayanan para anggota seperti perkoperasian.

Untuk mengatasi risiko ekonomi anggotanya, kelompok harus mengatasi dan menanggulangi dengan cara memperkuat dan menjalin kerjasama antara sesama anggota dalam kelompok dan antar kelompok dengan pihak lain. Peranan kelompok sebagai wadah kerja sama antar anggota kelompok dengan pihak lain dilakukan melalui peningkatan berbagai kemampuan. Tujuan penelitian adalah: 1) Mengetahui hubungan antara fungsi kerjasama kelompok dengan margin tataniaga, 2) Mengetahui hubungan fungsi kerjasama kelompok dengan saluran tataniaga, 3) Mengetahui hubungan fungsi kerjasama kelompok dengan farmer's share.

METODE

Penelitian dilaksanakan selama 2 (Dua) bulan di Kelompoktani Peru Saiyo Nagari Koto Baru Simalanggang Kecamatan

Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat.

Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* terhadap 30 responden/ seluruh anggota kelompok tani. Kelompok tani Peru Saiyo merupakan kelompok tani dengan populasi ayam ras petelur terbanyak.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara pengamatan (observasi) dan wawancara secara langsung kepada petani anggota Kelompok Tani Peru Saiyodengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Data sekunder diperoleh dari instansi terkait (BP3K, desa, kecamatan). Instrumen yang digunakan dalam

penelitian adalah kuesioner tertutup atau kuesioner yang telah ada jawabannya, sehingga responden tinggal memilih salah satu jawabannya saja.

Nilai koefisien reliabilitas instrumen dengan *Crombach's Alpha* adalah 0,850, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur tersebut sangat reliabel karena nilainya berada pada kisaran 0,81 sampai dengan 1,00 artinya instrumen atau kuesioner tersebut dapat di gunakan.Operasionalisasi variabel pengkajian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

	Definisi variabel	Indikator	Pengukuran
Fungsi Kelompok tani Sebagai wahana kerjasama	Suatu unsur yang melibatkan pelaksanaan hubungan kelembagaan dengan koperasi atau lembaga lain dalam pelaksanaan pemasaran hasil dan pedoman, dan kelompok tani sebagai tempat pelayanan	3 indikator sistem tata niaga : • Hubungan melembaga dengan koperasi atau pihak lain • Kelompok tani sebagai tempat pelayanan • Sistem tataniaga telur ayam ras	1. Sangat Tinggi = 4 2. Tinggi = 3 3. Sedang = 2 4. Rendah = 1

Analisis data untuk mengetahui hubungan fungsi kelompok tani sebagai wahana kerjasama dengan sistem tataniaga telur ayam ras di Kecamatan Payakumbuh Kabupaten LimaPuluh Kota Provinsi Sumatra Barat menggunakan analisis deskriptif dan analisis korelasi rank *Spearman*. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak program SPSS (*Statistical Produkct And Service Solution*) versi 17,0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Payakumbuh yang terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki luas wilayah 99,4 km² yang berarti 2,97% dari luas wilayah Kabupaten Lima Puluh Kota. Kecamatan Payakumbuh terdiri atas tujuh Nagari yaitu Nagari Taeh Bukik, Nagari Taeh Baruah, Nagari Kota Tangah Simalanggang, Nagari Kota Baru

Simalanggang, Nagari Piobang dan Nagari Sungai Beringin.

Kecamatan Payakumbuh di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Akabiluru, bagian Timur berbatasan dengan Kecamatan Harau, bagian Utara berbatasan dengan Kecamatan Guguak dan bagian Selatan berbatasan dengan Kota Payakumbuh.

Kecamatan Payakumbuh berada pada ketinggian 250-650 m di atas permukaan laut dengan suhu rata-rata 22⁰C – 29⁰C. Curah hujan rata-rata 2.733 mm/tahun. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Oktober sampai dengan Januari dan curah hujan yang rendah terjadi pada bulan Mei sampai dengan bulan Agustus.

Kecamatan Payakumbuh adalah sentra perternakan ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatra Barat. Sebagian besar masyarakatnya memiliki perternakan ayam ras petelur dengan populasi 753.916 ekor dengan produksi telur 4.794.905,76 (BP3K Kecamatan Payakumbuh,2012).

Karakteristik personal responden yang diamati adalah: (1) umur, (2) tingkat pendidikan, (3) lama berusaha tani, (4) lama menjadi anggota. Hasil rekapitulasi karakteristik responden diolah secara deskriptif, untuk menentukan klasifikasi karakteristik responden (Tabel 2)

Tabel 2. Keadaan responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, lama berusaha tani dan lama menjadi anggota

No	Karakteristik Responden	Klasifikasi	N 30	%		
1	Umur	Muda (26_40) Th	18	60,00		
		Sedang (41-55) Th	12	40,00		
		Tua (>55) Th	0	0		
2	Tingkat Pendidikan	Rendah (SD)	0	0		
		Sedang (SLTP)	4	13,33		
		Tinggi(SLTA & PT)	26	86,67		
3	Lama Berusaha Tani	Rendah (1-10) Th	19	63,33		
		Sedang (11-20) Th	10	33,33		
		Tinggi(21-31) Th	1	3,34		
4	Lama Menjadi Anggota	Rendah (1-5) Th	24	80		
		Sedang (6-10) Th	4	13,33		
		Tinggi(>11) Th	2	6,67		

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa tingkat umur responden dominan (60%) berada pada klasifikasi Sedang. Responden dengan tingkat pendidikan SLTP (klasifikasi Rendah) sebanyak empat orang (13,33%). Pada indikator lamanya berusaha tani, sebagian besar responden sudah cukup lama berusaha

tani yaitu ada pada klasifikasi Tinggi sebanyak 19 orang (63,33%), dan indikator lama menjadi anggota didominasi kategori Rendah, sebanyak 24 orang (80%).

Umur merupakan suatu aspek yang sangat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan suatu

kegiatan atau aktivitas yang dilaksanakan. Data hasil kajian menunjukkan bahwa peternak responden berkisar antara 26 tahun hingga 58 tahun. Tabel 2 menjelaskan bahwa sebanyak 18 orang (60%) responden berusia muda yaitu antara 26 tahun hingga 40 tahun. Dalam hubungannya dengan produktivitas jika mengacu pada usia produktif 20 – 55 tahun, peternak responden umumnya produktif, hanya sebagian kecil termasuk pada usia kurang produktif.

Kondisi umur produktif ini akan sangat berpengaruh pada motivasi individu untuk berperan aktif dalam satu kegiatan atau aktivitas. Dalam hal ini Marzuki (2001) menyatakan bahwa masyarakat usia muda selain lebih mudah menerima ide baru juga cenderung lebih cepat mengambil keputusan untuk objek yang diamati. Wibowo (2002) berpendapat bahwa usia produktif berada pada kisaran umur 14-55 tahun. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar peternak responden relatif mempunyai kemampuan yang cukup baik karena kemampuan fisik seseorang akan mempengaruhi aktivitas dalam berusaha.

Tingkat pendidikan peternak responden di kelompok tani ini sudah memenuhi syarat (Tinggi) karena sebanyak 26 orang (86,67%) peternak responden berada pada kategori pendidikan Sekolah Menengah Atas dan Perguruan Tinggi sedangkan yang termasuk dalam kategori sedang (SLTP) hanya empat orang (13,33%). Sarwono (2001) menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang baik akan cenderung mudah untuk menerima informasi baru/inovasi dan lebih matang dalam

memecahkan permasalahan yang dihadapinya.

Karakteristik responden berikutnya adalah lama berusaha/pengalaman berternak. Pengalaman berternak adalah lamanya (dalam satuan tahun) usahatani yang dilakukan responden. Menurut Nurmila (2004), petani yang tergolong dalam kelompok *laggards* biasanya petani yang tergolong senior dan berpengalaman tinggi. Namun seringkali potensi pengalaman yang dimilikinya menjadi faktor kebanggaan. Akibatnya proses difusi dan adopsi teknologi sulit diterima oleh petani tersebut. Peternak responden dengan kategori pengalaman Rendah sebanyak 19 orang (63,3%), dan peternak responden yang berada pada kategori pengalaman sedang sebanyak 10 orang (33,33%) sedangkan yang berada pada kategori pengalaman tinggi sebanyak satu orang (3,34 %).

Karakteristik responden yang lain adalah lamanya menjadi anggota kelompok tani. Dari 30 orang responden pada kajian ini sebanyak 24 orang (80%) pada kategori Rendah (1-5 thn). Sedangkan responden yang berada pada kategori Sedang (6-10 thn) hanya empat orang (13,33%) dan responden yang berada pada kategori Tinggi (>11 thn) berjumlah dua orang (6,67%).

Fungsi Kelompok tani sebagai Wahana Kerjasama dan Sistem Tata niaga Telur Ayam Ras

Dari pengkajian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Rangking variabel fungsi kelompok tani sebagai wahana kerjasama dan sistem tataniaga telur ayam ras

Variabel Penilaian	Mean Rank
Hubungan melembaga dengan koperasi lain	1,80
Kelompok tani sebagai tempat pelayanan	2,13
Sistem tataniaga telur ayam ras	2,07

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa yang menempati ranking terendah dari hasil analisis tersebut yaitu hubungan melembaga dengan koperasi lain (1,80). Variabel terendah diolah kembali untuk melihat keselarasan jawaban responden terhadap indikator –indikator pertanyaan dari variabel tersebut; hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Keselarasan jawaban responden terhadap pertanyaan variabel fungsi kelompok sebagai wahana kerjasama melalui hubungan melembaga dengan koperasi lain

No	Indikator Pertanyaan	Nilai			Mean
		Min	Max	Rata- rata	Rank
1	Menciptakan suasana saling percaya dan selalu berkeinginan untuk bekerjasama dalam pemasaran telur	1,00	3,00	1,96	2,63
2	Menciptakan suasana keterbukaan dalam menyatakan pendapat dan pandangan diantara anggota dan pihak lain dalam pemasaran telur	1,00	3,00	1,93	2,57
3	Mengatur dan melaksanakan pembagian tugas diantara sesama anggota dan pihak lain dalam pemasaran telur	1,00	3,00	1,9	2,50
4	Mengembangkan kedisiplinan dan tanggung jawab diantara sesama kelompok dan pihak lain	1,00	4,00	1,87	2,30

Dari hasil yang diperoleh disusunlah rencana tidak lanjut untuk meningkatkan kemampuan kelompok tani dalam menjalankan fungsi kelompok sebagai wahana kerjasama melalui variabel Hubungan Melembaga dengan Koperasi Lain Kelompok tani sebagai organisasi sosial menurut UU no 16 tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan ternyata memberikan pengaruh yang besar bagi dinamika kehidupan masyarakat

petani dewasa ini. Namun kelompok-kelompok tani yang berada di perdesaan belum sepenuhnya memahami fungsi kelompok tani, salah satunya adalah tentang fungsi kelompok tani sebagai wahana kerjasama.

Permasalahan yang dihadapi peternak responden adalah lemahnya sistem tataniaga telur. Sebagian besar peternak memiliki sistem tataniaga yang panjang dengan banyaknya perantara. Kurangnya kerjasama antar peternak membuat margin

tataniaga menjadi tinggi sehingga bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*) menjadi rendah. Hal ini berpengaruh langsung terhadap keuntungan usaha tani.

Limbong dan Sitorus (1987) menyatakan bahwa bagian harga yang diterima petani adalah perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Kohls dan Uhlus (1985) menyatakan bahwa *farmer's share* adalah selisih antara harga riil dengan margin pemasaran. *Farmer's share* dinyatakan dengan presentase harga konsumen. Menurut Simamora (2007) *farmer's share* memiliki hubungan negatif dengan margin pemasaran, sehingga semakin tinggi margin pemasaran maka semakin rendah bagian yang diterima oleh petani.

Kelompoktani berfungsi sebagai wahana kerjasama, artinya kelompoktani merupakan tempat untuk memperkuat kerjasama sesama petani dalam kelompoktani dan antar kelompoktani serta dengan pihak lain. Berdasarkan hal tersebut kelompoktani perlu membangun hubungan kelembagaan dengan koperasi dan kerjasama dengan perusahaan swasta maupun BUMN yang berhubungan dengan peningkatan produksi serta pendapatan dan kesejahteraan anggota kelompok (Permentan Nomor:273/ Kpts /OT.160 / 4 / 2007). Peningkatan fungsi kelompoktani sebagai satu kesatuan unit usaha tani akan mewujudkan kerja sama dalam mencapai skala ekonomi yang lebih menguntungkan. Untuk mencapai hal ini harus dilakukan perencanaan kelompok dalam penentuan usaha bersama, menyusun bersama rencana permodalan,

pengadaan sarana produksi, dan penerapan teknologi tepat guna (Zeni, *et al*, 2010).

Pemahaman inilah yang dijadikan pertimbangan mengambil hubungan melembaga dengan koperasi lain sebagai indikator fungsi kelompoktani sebagai wahana kerjasama. (Permentan Nomor:273/Kpts/OT.160/4/2007) menekankan kegiatan pengembangan kelompoktani pada kegiatan agribisnis. Permasalahan kurangnya modal menjadi klasik. Sedangkan menurut Departemen Pertanian (2007), kelompoktani merupakan tempat untuk memperkuat kerjasama diantara sesama petani dalam kelompok dan antar kelompok dengan pihak lain untuk menghadapi berbagai ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan (ATHG). Upaya pembinaan kelompoktani diarahkan agar kelompoktani memiliki kemampuan : a) menciptakan suasana saling kenal, saling percaya dan selalu berkeinginan untuk bekerjasama, b) menciptakan suasana keterbukaan dalam menyatakan pendapat dan pandangan diantara anggota untuk mencapai tujuan bersama, c) mengatur dan melaksanakan pembagian tugas diantara sesama anggota sesuai dengan kesepakatan bersama, d) mengembangkan kedisiplinan dan tanggung jawab diantara sesama kelompok, e) merencanakan dan melaksanakan musyawarah dan pertemuan pertemuan lainnya agar mencapai kesepakatan yang bermanfaat, f) mentaati dan melaksanakan kesepakatan yang di hasilkan bersama dalam kelompok, g) mengembangkan kader kepemimpinan dikalangan para anggota kelompok dengan jalan memberikan kesempatan kepada setiap anggota untuk mengembangkan keterampilan tertentu

sehingga bisa menjadi agen teknologi, h) melaksanakan hubungan melembaga dengan KUD dalam pelaksanaan RDK, RDKK, pengolahan, pemasaran hasil dan permodalan (antara lain kelompok tani sebagai tempat pelayanan koperasi).

Menurut Marzuki (2001), untuk dapat mengatasi ambang ekonomi, kelompok tani harus dapat menanggulangi/mengatasi dengan cara memperkuat dan menjalin kerjasama antara sesama petani dalam kelompok dan antar kelompok dengan pihak lain.

Nilai mean rank sistem tataniaga 2,07. Keadaan pola usaha pemasaran telur ayam ras: hanya sebagian kecil dari peternak Responden yang mempunyai rantai pemasaran atau tataniaga saluran level-Nol atau saluran langsung maupun sistem tataniaga saluran satu level atau saluran yang berisi dua perantara.

Menurut Kotler (2002), lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran produk pertanian sangat beragam bergantung dari jenis produk yang di pasarkan. Kohls dan Uhls (1985) mengemukakan bahwa lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran ini lebih lanjut diidentifikasi sebagai berikut: a) Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung

berhubungan dengan petani. Tengkulak melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, izin maupun kontrak pembelian. b) Pedagang pengepul. Pedagang ini menjual komoditi yang dibeli tengkulak dari petani dan biasanya relatif lebih kecil sehingga untuk meningkatkan efisiensi, misalnya dalam pengangkutan, maka harus ada proses konsentrasi (pengumpulan) pembelian komoditi oleh pedagang pengumpul. c) Pedagang besar. Untuk meningkatkan efisiensi fungsi-fungsi pemasaran, maka jumlah komoditi yang ada pada pedagang pengumpul ini harus di konsentrasikan oleh lembaga pemasaran yang selain melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi (penyebaran) keagen penjualan ataupun pengecer. Pada saat komoditi sampai di tangan pedagang besar ini sudah melibatkan lembaga pemasaran lainnya seperti perusahaan pengangkutan, pengolahan dan perusahaan asuransi. Perusahaan pengangkutan berperan untuk meningkatkan guna tempat, sedangkan perusahaan pengolahan berperan untuk meningkatkan guna bentuk bahan mentah ataupun bahan baku untuk proses produksi selanjutnya. d) Agen penjualan. Produk pertanian yang belum ataupun yang sudah mengalami proses pengolahan di tingkat pedagang harus didistribusikan kepada agen penjualan maupun pengecer. e) Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen dan merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-

lembaga pemasaran sangat tergantung pada aktivitas pengecer. Keberhasilan pengecer menjual produk kepada konsumen sangat menentukan keberhasilan lembaga pemasaran pada rantai pemasaran sebelumnya. Lembaga tataniaga ini dalam penyampaian komoditi pertanian dari produsen berhubungan satu sama lain membentuk jaringan pemasaran. Arus pemasaran yang terbentuk dalam proses pemasaran ini beragam sekali misalnya produsen berhubungan langsung pada konsumen akhir, pedagang pengumpul ataupun pedagang besar dan membentuk pola-pola pemasaran yang khusus. Pola-pola pemasaran yang terbentuk selama pergerakan arus komoditi pertanian dari petani produsen ke konsumen akhir ini di sebut dengan sistem pemasaran (Limbong dan Sitorus, 1987).

Panjangnya saluran tataniaga akan di tentukan oleh beberapa tingkatan saluran tataniaga yaitu: 1) Saluran level nol atau saluran pemasaran langsung, 2) Saluran satu level, atau saluranyang berisi satu perantara, 3) Saluran dua-level atau saluran yang mencakup dua perantara dan 4) Saluran tiga level atau saluran yang mencakup tiga perantara (Kotler, 2005). Kedua variabel tersebut dipandang saling berhubungan. Dalam hal tersebut dapat mempengaruhi panjangnya saluran tataniaga. Efisiensi tataniaga dapat ditentukan oleh *farmer's share* dan margin tataniaga. *Farmer's share* yang ada di kelompok tani dapat ditekan, jika dilakukan penyuluhan tentang peningkatan wahana kerjasama.

SIMPULAN

Hasil penelitian tentang hubungan fungsi kelompok tani sebagai wahana kerjasama dengan sistem tataniaga telur ayam ras menunjukkan bahwa hubungan melembaga dengan koperasi dan pihak lain memperoleh nilai terendah yaitu dengan *mean rank* 1,80. Hal tersebut menunjukkan kurangnya kerjasama antar peternak yang mengakibatkan margin tataniaga menjadi tinggi sehingga bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi rendah yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan usaha tani. Untuk mendapatkan *farmer's share* atau keuntungan yang lebih besar maka saluran tataniaga harus diputus dengan menggunakan saluran tataniaga level-nol/ saluran satu-level. Dengan adanya kerjasama antar sesama anggota kelompok, saluran tataniaga pemasaran telur dapat diputus. Kerjasama antar kelompok tani dengan pihak lain yang merupakan lembaga pemasaran akan memberikan pengaruh terhadap kestabilan harga telur sehingga pedagang besar tidak mudah untuk mengendalikan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- [BP3K] Balai Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan, 2014 **Programa Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Kecamatan Payakumbuh 2013**. Lima Puluh Kota: BP3K.
- [DEPTAN] Departemen Pertanian. 2007. **Peraturan Menteri Pertanian Nomor**

- 273/Kpts/OT.160/4/2007
tentang Pedoman
- Kohls R and Uhl J, 1985.**Marketing of Agricultural Products.** New York: MacMillan Publishing Company.
- Kotler P. 2005. **Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas.** Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Limbong, W.H dan Sitorus P. 1987. **Pengantar Tataniaga Pertanian.** Bogor: Fakultas Pertanian IPB.
- Marzuki S. 2001. **Pembinaan Kelompoktani.** Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nurlina L. 2004. **Membentuk Kepribadian Mandiri Peternak dalam Upaya Mencapai Usaha Peternakan Sapi Perah Melalui Koperasi.**Karya Ilmiah. Bandung: Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran.
- Simamora S. 2007. Sistem Tataniaga <http://www.google.com>(diakses maret 2013).
- Zaini Z, Abdurrahman S, Widiarta N dan Wardana P. 2010. **Pedoman Umum PTT Padi Sawah.**Bogor: Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor.