

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TELUR ASIN DI KECAMATAN SANDUBAYA KOTA MATARAM

ANALYSIS OF INCOME AND MARKETING OF SALTED EGG AGROINDUSTRY IN SANDUBAYA DISTRICT, MATARAM CITY

Annisa Rahmadani*¹, Abdullah Usman², Addinul Yakin³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penuliskorespondensi: annisarahmadani420@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen usaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram, mengetahui pendapatan pengusaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram, mengetahui besar margin pemasaran agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram dan menginventarisir alasan pengusaha telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram pasif beroperasi. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Penentuan daerah sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu Kecamatan Sandubaya Kota Mataram dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan kecamatan dengan populasi pengusaha agroindustry tertinggi di Kota Mataram. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 8 responden yang ditentukan secara sensus. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis manajemen usaha, pendapatan, efisiensi pemasaran, dan menginventarisir alasan pengusaha pasif beroperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Manajemen pada produksi agroindustri telur asin tidak menerapkan unsur-unsur manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi pada hari-hari biasa; (2) Pendapatan pada agroindustri telur asin sebesar Rp. 213.208 per proses atau Rp 1.921.383 per bulan.; (3) Pemasaran telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram termasuk efisien, pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp. 636 ditingkat pedagang pengumpul, Rp. 483 ditingkat pedagang pengecer, dengan share harga sebesar 74 % dengan distribusi keuntungan 0,6 yaitu adil atau merata, pada saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp. 483, share harga sebesar 77 % dan pada saluran pemasaran III memiliki share harga sebesar 100 %; (4) Alasan yang membuat beberapa pengusaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram pasif dan memiliki tingkat produksi rendah terdiri dari kelangkaan bahan baku yang menyebabkan pendapatan rendah, persaingan produk serupa, dan gagap teknologi yang berimbas pada cakupan pemasaran yang sempit. Sedangkan margin pemasaran tidak berpengaruh terhadap pasifnya usaha agroindustri telur asin dikarenakan margin pemasaran rendah dan rantai pemasaran yang pendek.

Kata Kunci: Agroindustri Telur Asin, Produksi, Pendapatan, Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze the business management of salted egg agroindustry in Sandubaya District, Mataram City, find out the income of salted egg agro-industry entrepreneurs in Sandubaya District, Mataram City, find out the marketing margin of salted egg agroindustry in Sandubaya District, Mataram City, and inventory the reasons salted egg entrepreneurs in Sandubaya District, Mataram City passively operate. Determination of the sample area using purposive sampling, namely Sandubaya District, Mataram City, with the consideration that the sub-district is the district with the highest population of agro-industrial entrepreneurs in Mataram City. The number of respondents in this study was 8 respondents determined by census. The type of data used is quantitative data and qualitative data. The data sources used are primary data and secondary data. The data analysis used is business management analysis, marketing efficiency revenue, and inventory of the reasons passive entrepreneurs operate. The results showed that (1) Management in salted egg agro-industry production does not apply management elements ranging from planning, organizing, supervising and evaluating on ordinary days; (2) Income in the salted egg agroindustry is Rp. 213,208 per process or Rp. 1,921,383 per month.; (3) Salted egg marketing in Sandubaya District of Mataram City is efficient, in marketing channel I has a marketing margin of Rp. 636 at the collector level, Rp. 483 at the retailer level, with a producer share of 74% with a profit distribution of 0.6 that is fair or even, in marketing channel II has a marketing margin of Rp.483 , producer share of 77% with profit distribution of 1, and in marketing channel III has producer share of 100%; (4) The reasons that make some salted egg agro-industry entrepreneurs in Sandubaya District, Mataram City

Passive and low production levels consist of scarcity of raw materials leading to low income, competition for similar products, and technological stuttering which affects a narrow marketing scope. Meanwhile, marketing margins do not affect the passivity of the salted egg agro-industry business due to low marketing margins and short marketing chains.

Keywords: *Salted Egg Agroindustry, Production, Revenue, Marketing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor ekonomi yang utama di Negara-Negara Berkembang. Peran atau kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara menduduki posisi yang penting sekali. Hal ini antara lain disebabkan beberapa faktor (Totok Mardikanto, 2007) antara lain pertanian merupakan sumber persediaan bahan makanan dan bahan mentah yang dibutuhkan oleh suatu Negara, meningkatnya pendapatan dari sebagian penduduk menyebabkan kebutuhan tersebut terus meningkat, sektor pertanian harus dapat menyediakan faktor-faktor yang dibutuhkan untuk ekspansi sektor-sektor lain terutama sektor industry, sektor pertanian merupakan sektor basis dari hubungan-hubungan pasar yang penting berdampak pada proses pembangunan dan sektor ini merupakan sumber pemasukan yang diperlukan untuk pembangunan dan sumber pekerjaan dan pendapatan dari sebagian besar penduduk negara-negara berkembang yang hidup di pedesaan (Pratomo, 2010).

Pengertian pertanian yang dalam arti luas tidak hanya mencakup pembudidayaan tanaman saja melainkan membudidayakan serta mengelola bidang peternakan seperti merawat dan membudidayakan hewan ternak yang bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat banyak seperti: ayam, itik, itik, angsa. Serta pemanfaatan hewan yang dapat membantu tugas para petani kegiatan ini merupakan suatu cakupan dalam bidang pertanian (Bukhori, 2014). Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang sangat penting dalam menunjang perekonomian masyarakat. Salah-satu wilayah yang mengembangkan sektor peternakan di Indonesia adalah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

Dalam upaya peningkatan kemampuan dalam pengelolaan sektor ini, sangat erat kaitannya dengan usaha agroindustri. Dengan adanya agroindustri, pendapatan yang diperoleh pelaku agribisnis dapat meningkat, mampu menyerap tenaga kerja, dan mendorong munculnya industri-industri yang lain (Mubyarto, 1989 ; Soekartawi, 2001). Dari berbagai usaha agroindustri yang berkembang di Kota Mataram, salah satu di antaranya merupakan agroindustri telur asin yang mengolah telur itik menjadi telur asin. Kota Mataram terdiri dari enam kecamatan, salah satunya kecamatan Sandubaya. Kecamatan Sandubaya merupakan lokasi tempat yang paling banyak populasi ternak itik dan pengusaha telur asin diantara kecamatan lain di Kota Mataram. Pengembangan agroindustri telur asin tersebut merupakan upaya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat yang berkecimpung di bidang industri skala kecil. Keberhasilan agroindustri tergantung dari jumlah produksi telur asin dan tenaga kerja pemasaran. Namun faktanya, populasi pengusaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya mengalami penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis manajemen usaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram; (2) Mengetahui pendapatan pengusaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram; (3) Mengetahui besar margin pemasaran agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram dan; (4) Menginventarisir alasan pengusaha telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram pasif beroperasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penentuan daerah penelitian menggunakan *Purposive Sampling* (Sugiyono, 2016). Penentuan responden dilakukan secara sensus (Sugiyono, 2012). Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan secara *Snowball Sampling* (Nurdiani, 2014). Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada responden.

Analisis Data

1. Manajemen Usaha

Untuk menganalisis manajemen usaha agroindustri telur asin dilakukan dengan cara analisis deskriptif berdasarkan hasil wawancara langsung.

2. Analisis Biaya dan Pendapatan

Untuk mengetahui pendapatan usahatani, maka digunakan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 1995) :

$$I = TR - TC$$

Dimana :

$$TR = Y \cdot P_y$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

I : Pendapatan usaha (Rp)

TR : Total Penerimaan (Rp)

TC : Total biaya (Rp)

Y : Jumlah produksi (butir)

P_y : Harga jual (Rp)

TFC : Total Biaya Tetap (Rp)

TVC : Total Biaya Variabel (Rp)

3. Efisiensi Pemasaran

a. Margin Pemasaran

Menurut Widiastuti (2013), untuk menghitung margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p : Margin Pemasaran

P_r : Harga ditingkat konsumen

P_f : Harga ditingkat produsen

b. Share Produsen

Share produsen dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Sustiyana, 2019):

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

FS : Share harga yang diterima produsen

P_f : Harga ditingkat produsen

P_r : Harga ditingkat konsumen

c. Distribusi Keuntungan

Distribusi keuntungan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Azzaino, 1981):

$$DK = \frac{\frac{\pi}{c} \text{ terendah}}{\frac{\pi}{c} \text{ tertinggi}}$$

Keterangan :

DK : Distribusi Keuntungan

π : Keuntungan Pemasaran

C : Biaya Pemasaran

4. Alasan pengusaha telur asin pasif beroperasi

Untuk menganalisis alasan pengusaha telur asin berhenti pasif dilakukan dengan cara analisis deskriptif berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pengusaha pasif menggunakan daftar pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Manajemen Usaha

Dalam proses produksi telur asin, rata-rata pengusaha tidak menerapkan unsur-unsur manajemen didalamnya. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh jumlah bahan baku yang dalam setiap produksi cenderung sama, sehingga para pekerja sudah terbiasa dan hafal baik dari langkah-langkah pembuatannya sampai takaran bahan penolong berupa garam dan lain-lain. Unsur-unsur manajemen lainnya seperti pengawasan dan evaluasi pun jarang dilakukan oleh pengusaha. Hal ini didasari oleh rasa saling percaya antara pengusaha dan karyawan yang notabenehnya telah bekerja selama bertahun-tahun.

Adapun unsur-unsur manajemen ini dilakukan saat ada permintaan dalam jumlah besar dan hari raya. Dalam kondisi seperti ini, perencanaan yang dilakukan oleh pengusaha seperti merencanakan jumlah produksi telur asin dalam sekali produksi. Pengontrolan juga dilakukan oleh pengusaha guna menjaga citra rasa telur asin agar tidak berubah dikarenakan jumlah produksi yang tidak seperti hari-hari biasa. Selain itu, pengusaha juga melakukan pengawasan kepada setiap karyawannya agar tidak melakukan kesalahan dalam proses produksi.

Analisis Biaya Produksi dan Pendapatan Agroindustri Telur Asin

Tabel 2. Rata-rata Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Agroindustri Telur Asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Jenis Biaya	Per Proses (Rp)	Per Bulan (Rp)
1	Biaya Variabel (Rp)		
	Biaya Bahan Baku	559.375	4.987.500
	Biaya Bahan Penolong	105.801	977.875
	Biaya Tenaga Kerja	197.500	1.805.000
	Sub Total	862.676	7.770.375
2	Biaya Tetap		
	Biaya Penyusutan Alat	1.304	15.648
	Sub Total	1.304	15.648
	Total Biaya Produksi	863.980	7.786.023

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Dari Tabel 2. diatas terlihat bahwa rata-rata biaya produksi yang digunakan di daerah penelitian untuk usaha agroindustri telur asin adalah sebesar Rp. 863.980 per proses produksi

atau Rp 7.786.023 per bulan yang terdiri dari biaya variabel Rp. 862.676 per proses produksi atau Rp. 7.770.375 per bulan (biaya bahan baku, biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja) dan biaya tetap Rp. 1.304 per proses produksi atau Rp. 15.648 per bulan

Biaya Tetap

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa rata-rata biaya tetap pada usaha agroindustri telur asin yaitu biaya penyusutan alat sebesar Rp. 1.304 per proses produksi atau Rp. 15.468 per bulan. Besar kecilnya biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pengusaha responden tergantung dari jenis, kualitas dan kuantitas yang dipakai serta umur pakai alat tersebut.

Biaya Variabel

Tabel 3. Rata-rata Biaya Variabel agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Uraian	Per Proses Produksi (Rp)	Per Bulan (Rp)
1	Biaya Bahan Baku		
	Telur Bebek	559.375	4.987.500
2	Biaya Bahan Penolong		
	Abu Sekam	2.450	21.900
	Tanah Liat	1.188	9.650
	Garam	11.225	8.875
	Keranjang telur	25.625	252.500
	Mika telur	887,5	330.000
	Sabun	688	6.250
	Gas LPG	15.700	139.500
	Tinta	750	9.000
	Air	2.470	20.800
	Kantong Plastik	8.765	15.000
	Sub Total	105.801	977.875
3	Biaya Tenaga Kerja		
	TKLK	75.000	625.000
	TKDK	122.500	1.180.000
	Sub Total	197.500	1.805.000
	Total Biaya Variabel	862.676	7.770.375

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Biaya Bahan Baku

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa biaya bahan baku produksi per proses produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha sebesar Rp. 559.375 per proses atau Rp. 4.987.500 per bulan.

Biaya Bahan Penolong

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa biaya bahan penolong yang dikeluarkan oleh pengusaha sebesar Rp. 105.801 per proses atau Rp. 977.875 per bulan.

Biaya Tenaga Kerja

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa rata-rata biaya tenaga kerja luar keluarga sebesar Rp. 75.000 per proses produksi atau Rp. 625.000 per bulan, dan rata-rata biaya tenaga kerja dalam keluarga sebesar Rp. 122.500 per proses produksi atau Rp. 1.180.000 per bulan.

Produksi, Nilai Produksi dan Penerimaan Agroindustri Telur Asin

Untuk mengetahui secara rinci rata-rata penerimaan, biaya produksi dan pendapatan agroindustri telur asin dapat dilihat pada Tabel 4. berikut ini :

Tabel 4. Rata-rata Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Agroindustri Telur Asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Uraian	Per Proses Produksi	Per Tahun
1	Produksi (butir)	250	2.250
2	Biaya Produksi (Rp)	863.980	7.786.023
3	Penerimaan (Rp)	1.077.188	9.707.406
4	Pendapatan (Rp)	213.208	1.921.383
5	R/C Ratio	1,25	1,25

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Produksi

Berdasarkan hasil analisis data penelitian pada Tabel 4. terlihat bahwa rata-rata jumlah produksi telur asin per proses produksi 250 butir atau 2.250 per bulan. Dari hasil penelitian ini rata-rata harga jual telur asin sebesar Rp. 4.563/butir untuk telur asin yang matang dan yang mentah Rp. 3.969/butir.

Biaya Produksi

Berdasarkan Tabel 4. diatas bahwa rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha telur asin sebesar Rp. 863.980 per proses produksi atau Rp 7.786.023 per bulan.

Penerimaan

Berdasarkan Tabel 4. diatas, diketahui bahwa rata-rata penerimaan yang diperoleh pengusaha telur asin adalah Rp. 1.077.188 per proses produksi atau Rp 9.707.406 per bulan. Besar kecilnya penerimaan yang dihasilkan tergantung pada jumlah produksi telur asin.

Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran dalam satu kali proses produksi (Ahmadi, 2001). Dari Tabel 4. dapat dilihat bahwa rata-rata keuntungan yang diperoleh pengusaha telur asin per proses produksi sebesar Rp 213.208 per proses atau Rp 1.921.383 per bulan. Besar kecilnya pendapatan yang diterima pengusaha sangat dipengaruhi oleh besarnya nilai produksi dan biaya produksi.

R/C Ratio

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa nilai R/C pengusaha telur asin yaitu sebesar 1,25 yang artinya bahwa setiap pengeluaran Rp 1 maka pengusaha akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,25. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri telur asin menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, hanya terdapat tiga saluran pemasaran telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram yaitu produsen menjualnya kepada pedagang pengumpul lalu ke pengecer kemudian ke konsumen akhir, produsen menjual kepada pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Dan produsen langsung ke konsumen akhir.

I. Petani → Pedagang Pengumpul → Pengecer → Konsumen Akhir

II. Petani → Pengecer → Konsumen Akhir

III. Petani → Konsumen Akhir

Margin Pemasaran

Menurut Sudiyono (2001), margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani. Berikut data yang didapat disampaikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran pada Saluran Pemasaran Telur Asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Uraian	Saluran Pemasaran					
		Saluran I		Saluran 2		Saluran 3	
		Matan g	Menta h	Matan g	Menta h	Matan g	Menta h
1	Produsen						
	Harga Jual (Rp/butir)	3.625	3.350	4.000	3.333	4.300	3.563
2	Pedagang Pengumpul						
	Harga Beli (Rp/butir)	3.625	3.350				
	Biaya Pemasaran (Rp/butir)						
	a. Biaya Transp (Rp/butir)		40				
	b. Biaya Tenaga Kerja (Rp/butir)		40				
	Total Biaya Pemasaran (Rp)		80				
	Harga Jual (Rp/butir)	4.500	3.850				
	Margin Pemasaran (Rp/butir)		636				
	Keuntungan Pemasaran (Rp/butir)		556				
	π/c		7				
3	Pedagang Pengecer						
	Harga Beli (Rp/butir)	4.500	3.850	4.500	3.850		
	Biaya Pemasaran (Rp/butir)						
	a. Biaya Transp (Rp/butir)		34		34		
	b. Biaya Tenaga Kerja (Rp/butir)		60		60		
	Total Biaya Pemasaran (Rp)		94		94		
	Harga Jual (Rp/butir)	5.071	4.375	5.071	4.375		
	Margin Pemasaran (Rp/butir)		483		483		
	Keuntungan Pemasaran (Rp/butir)		389		389		
	π/c		4		4		
4	Konsumen Akhir						
	Harga Beli (Rp/butir)	5.071	4.375	5.071	4.375	4.300	3.563
5	Total Biaya Pemasaran (Rp/butir)		174		94		
6	Total Margin Pemasaran (Rp/butir)		1.119		483		
7	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/butir)		945		389		
8	Distribusi Keuntungan		0,6				
9	Share Produsen (%)	71	77	79	76	100	100

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 5. dapat dilihat bahwa dari ketiga saluran tersebut, keuntungan terbesar terdapat pada saluran pemasaran I yang diterima oleh pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp. 636. Total margin pemasaran pada saluran ini adalah Rp 1.119. Pada saluran pemasaran III tidak terjadi transaksi pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer karena produsen langsung menjual produknya ke konsumen akhir.

Meninventarisir Alasan Beberapa Pengusaha Agroindustri Telur Asin Pasif Beroperasi/Tingkat Produksi Rendah

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada delapan pengusaha, terdapat 50% pengusaha yang mengalami kendala sehingga sangat berpengaruh terhadap tingkat produksi agroindustri telur asin. Kendala-kendala yang dirasakan oleh pengusaha membuat para pengusaha beralih mencari sumber pendapatan lain bahkan menganggur. Pada umumnya, alasan yang menjadi penyebab pasifnya beroperasi/tingkat produksi rendah oleh empat pengusaha telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram diakibatkan oleh beberapa kendala dan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kendala yang dihadapi oleh Pengusaha Telur Asin Pasir/Tingkat Produksi Rendah di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Jenis Kendala	Terkendala (org)	Persentase (%)
1	Kelangkaan Bahan Baku	2	50
2	Persaingan Produk Serupa	1	25
3	Gagap Teknologi	1	25

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 6. menunjukkan bahwa 50% pengusaha pasif mempunyai kendala mengenai kelangkaan bahan baku berupa telur bebek dikarenakan pengusaha tidak berani mengambil resiko membeli telur bebek pada peternak yang bukan langganannya sehingga pengusaha sulit memproduksi dan menyebabkan pengusaha pasif sampai persediaan bahan baku ada. Tingkat produksi yang rendah membuat pendapatan pengusaha menurun dan mencari alternatif lain yaitu dengan beralih ke usaha lain sebagai sumber pendapatan utama. Selain itu, kelangkaan bahan baku juga dipengaruhi oleh cuaca, yang mana apabila curah hujan tinggi maka bebek kurang dalam bertelur dan telur banyak yang rusak.

Kendala yang dihadapi pengusaha selanjutnya adalah persaingan produk serupa. Dengan kemunculan produk serupa, pengusaha agroindustri telur asin mengalami persaingan baik dari kualitas telur asin, harga yang ditawarkan dan lain sebagainya. Ada sekitar 25% perodusen yang menjadikan alasan ini menjadi penyebab pasifnya usaha.

Alasan gagap teknologi menunjukkan bahwa 25 % pengusaha terkendala dengan hal tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, responden mengaku bahwa kalah dalam hal pemasaran yang dikarenakan responden tidak mengerti cara pemasaran secara online melalui media sosial maupun *e-commerce*. Ketidaktahuan pengusaha dalam teknologi menyulitkan produsen mencari konsumen secara luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Manajemen pada produksi agroindustri telur asin tidak menerapkan unsur-unsur manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi pada hari-hari biasa.
2. Pendapatan pada agroindustri telur asin sebesar Rp. 213.208 per proses atau Rp 1.921.383 per bulan.
3. Pemasaran telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram termasuk efisien, pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp. 686 ditingkat pedagang pengumpul, Rp. 483 ditingkat pedagang pengecer, dengan share harga sebesar 74 %

dengan distribusi keuntungan 0,6 yaitu adil atau merata, pada saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp. 483, share harga sebesar 77 % dan pada saluran pemasaran III memiliki share harga sebesar 100 %.

4. Alasan yang membuat beberapa pengusaha agroindustri telur asin di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram pasif dan memiliki tingkat produksi rendah terdiri dari kelangkaan bahan baku yang menyebabkan pendapatan rendah, persaingan produk serupa, dan gagap teknologi yang berimbas pada cakupan pemasaran yang sempit. Sedangkan margin pemasaran tidak berpengaruh terhadap pasifnya usaha agroindustri telur asin dikarenakan margin pemasaran rendah dan rantai pemasaran yang pendek.

Saran

1. Bagi pemerintah atau instansi terkait untuk memberikan bantuan baik pelatihan ke masyarakat lokal maupun masyarakat luar, memberikan pengawasan izin produksi dan mengontrol penjualan telur dari kelompok ternak agar tidak terjadi monopoli.
2. Bagi pengusaha diharapkan lebih meningkatkan pengetahuan teknologi dan keterampilan melalui kegiatan pelatihan yang diadakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. 2001. Ilmu Usahatani. Penebar Surabaya. Jakarta.
- Azzaino. 1981. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Bukhori, M. 2014. Sektor Pertanian Terhadap Pembangunan di Indonesia. Surabaya.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mardikanto, Totok. 2007. Penyuluhan Pembangunan Kehutanan. Pusat Penyuluhan Kehutanan Republik Indonesia. Jakarta.
- Mubyarto. 1998. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Nababan, CE. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Jagung di Kecamatan Tiga Binangka Kabupaten Karo. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Nitisemito, A.S. 1981. Marketing. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nurdiani, Nina. 2014. Teknik *Snowball Sampling* Dalam Penelitian Lapangan. Jakarta.
- Pratomo, Satriyo. 2010. Analisis Peran Sektor Pertanian Sebagai Sektor Unggulan di Kabupaten Boyolali. Skripsi. FE UNS. Surakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d. PT. Alfabet. Bandung.
- Widyastuti, Titiek. 2013. Teknologi Budidaya Tanaman Agribisnis. CV. Mine. Jakarta.