

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Lada adalah salah satu bahan baku rempah yang paling bernilai ekonomis dan serbaguna di Indonesia. Lada menjadi rempah untuk penyajian hidangan pedas dan harum terkenal diseluruh dunia. Lada telah menjadi komoditas perdagangan atau ekspor internasional dari ribuan tahun lalu. Bisnis lada memiliki prospek yang cerah karena adanya permintaan pasar domestik dan internasional yang terbuka dan terus mengalami peningkatan. Kebutuhan lada untuk pasar global berdasarkan data Kementerian Pertanian pada Tahun 2020 mengalami peningkatan mencapai lebih dari 125.000 ton per tahun. Kemampuan produksi dalam negeri baru menghasilkan rata-rata 42.000 ton lada per tahun. Indonesia hanya dapat menutupi sepertiga dari permintaan pasar global, dengan sisanya dicakup oleh Brazil dan India (Kementan RI, 2021).

Peningkatan produksi tanaman lada harus diringi dengan peningkatan kualitasnya, pada pasar internasional kualitas lada menjadi prioritas utama. Dari sudut pandang pemasaran, tantangan dalam mengembangkan perkebunan lada mencakup lemahnya posisi tawar petani, terbatasnya kemampuan petani dalam mengumpulkan informasi pasar, buruknya pemanfaatan peluang pasar, dan buruknya infrastruktur transportasi. Faktor yang diperhitungkan dalam pertumbuhan tanaman lada adalah permintaan dan potensi wilayah pengembangan lada. Provinsi Lampung memiliki luasan areal perkebunan lada terluas kedua di Indonesia, hanya kalah dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Luasan perkebunan lada di Provinsi Lampung mencapai 46.847 hektar (Ditjenbun, 2021). Sebagian besar produksi lada di Provinsi Lampung ditujukan untuk pasar ekspor, dimana lada Lampung telah dikenal di pasar internasional. Produk lada Lampung telah memperoleh Sertifikat Indikasi Geografis (SIG) sejak tahun 2015 guna menjaga kualitas dan reputasinya (Balitbangda Lampung, 2020). Sertifikat Indikasi Geografis (SIG) merupakan pengakuan internasional atas kekhasan cita rasa dan aroma lada yang berasal dari Provinsi Lampung, yang membedakannya dari lada dari daerah lain. Luasan areal perkebunan lada di Indonesia secara keseluruhan, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal Lada di Indonesia

No	Provinsi	2017 ( ha )	2018 (ha)	2019 (ha)	2020 (ha)	2021 (ha)	Pertumbuhan
1	<i>Aceh</i>	1.185	1.230	1.260	1.265	1.270	2,47
2	Sumatera Utara	195	196	197	198	199	0,77
3	Sumatera Barat	79	75	74	74	74	-1,33
4	Riau	1	1	1	2	1	0,00
5	Kepulauan Riau	231	251	257	258	263	2,27
6	Jambi	65	61	59	59	99	-3,28
7	<i>Sumatera Selatan</i>	11.153	11.149	10.892	10.908	10.941	-2,30
8	Bangka Belitung	52.350	51.404	52.688	53.132	53.320	2,50
9	Bengkulu	3.983	4.450	4.375	4.408	4.466	-1,69
10	Lampung	45.776	45.883	45.848	45.813	46.847	-0,08

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2022.

Perkebunan lada cenderung dibudidayakan di daerah dataran rendah. Namun, penanaman lada juga dapat berhasil dilakukan di daerah Jawa dengan ketinggian sekitar 500 meter di atas permukaan laut. Tanaman lada mulai menghasilkan dalam jangka waktu 3 sampai 3,5 tahun, jika dipelihara dengan baik, lada dapat bertahan hingga 10-15 tahun (Rismunandar, 2003). Budidaya tanaman lada tidak hanya terbatas pada daerah-daerah tertentu yang dianggap potensial. Selama persyaratan ekosistem yang khas untuk tanaman lada terpenuhi, penanaman lada dapat dilakukan di berbagai lokasi dan berhasil. Daerah potensial tanaman lada selain Lampung adalah Aceh, Kalimantan Barat, dan Kalimantan Timur.

Terdapat 44 perusahaan ekspor lada yang terdaftar di Kementerian Perdagangan. Selain itu, Provinsi Lampung menempati posisi kedua sebagai daerah penyumbang terbesar ekspor lada Indonesia, setelah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Meskipun menempati urutan kedua pengeksport lada terbesar, Lampung juga mengalami penurunan produksi lada pada Tahun 2021 yaitu sebesar 20 ton. Meskipun permintaan lada di pasar global terus meningkat, namun perkembangan perkebunan lada di Provinsi Lampung justru cenderung menurun. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara tingginya permintaan lada di dunia dan penurunan luas areal perkebunan lada di daerah ini (Anggraini dkk, 2019). Rendahnya hasil lada di Provinsi Lampung disebabkan oleh sejumlah permasalahan yang sudah berlangsung lama dan belum dapat diselesaikan oleh para petani lada, antara lain penyakit busuk pangkal batang akibat serangan cendawan *Phytophthora capsici*, hama penggerek batang,

penyakit kuning daun, serta dampak dari perubahan iklim. (Direktorat Jendral Perkebunan, 2021). Kabupaten Lampung Timur, Lampung Utara, Way Kanan, dan Lampung Barat merupakan empat sentra perkebunan lada yang memberikan kontribusi terhadap produksi lada Provinsi Lampung (Dinas perkebunan Lampung, 2024). Produksi lada Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Lada di Indonesia

No	Provinsi	2017 (ton)	2018 ( ton)	2019 ( ton)	2020 (ton)	2021 (ton)	Pertumbuhan / growth2018 over 2019(%)
1	<i>Aceh</i>	324	352	358	362	366	1,89
2	<i>Sumatera Utara</i>	84	87	87	88	89	-0,5
3	<i>Sumatera Barat</i>	13	60	90	60	60	-0,60
4	Bali	1	0	0	0	0	11,42
5	Kepulauan Riau	58	64	30	30	31	-53,59
6	Jambi	27	25	24	24	24	-4,00
7	Sumatera Selatan	7.580	8.108	6.330	6.367	6.418	-21,92
8	Kepulauan Bangka Belitung	34.278	3.2811	33.458	33.977	34.433	1,97
9	<i>Bengkulu</i>	1.854	1.855	1.822	1.826	1.850	-1,82
10	Lampung	13.771	14.450	14.730	14.718	14.698	1,94
11	Kalimantan Barat	5.499	5.446	5.338	5.396	5.485	-1,98
12	Kalimantan Timur	6.056	6.484	5.799	5.838	5.913	-10,56
13	Kalimantan Selatan	157	157	153	153	154	-2,29

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2022

Penyakit yang disebabkan oleh cendawan *Phytophthora capsici* akan menjadi masalah serius apabila gagal ditangani oleh petani lada karena akan mempengaruhi kualitas lada yang dihasilkan, kualitas lada yang dihasilkan akan mempengaruhi harga lada, lalu harga lada akan mempengaruhi pendapatan petani lada. Selain faktor-faktor lain, tingkat pendapatan petani lada juga dipengaruhi oleh efisiensi sistem saluran pemasaran (tataniaga) lada. Semakin efisien sistem tataniaga lada di daerah sentra produksi, maka pendapatan petani lada akan semakin meningkat. Oleh karena itu, melalui analisis terhadap saluran tataniaga lada, perhitungan biaya dan margin, serta analisis efisiensi tataniaga, Jumlah yang diterima petani lada terkait dengan harga yang dibayar konsumen akhir, besarnya nilai margin perdagangan di masing-masing lembaga perantara, dan jalur perdagangan yang paling efektif, semuanya terlihat.

Harga lada yang berlaku di tingkat nasional saat ini adalah Rp79.000/kg (Bappebti, 2023). Harga lada yang berlaku di Lampung menurut Dinas

Perkebunan Provinsi Lampung 2023 adalah Rp. 47.600/kg dan terdapat selisih harga sebesar Rp. 31.400. Harga lada sangat bergantung pada kualitas lada yang dihasilkan oleh petani. Terdapat ketimpangan harga yang mencapai 40% antara apa yang diterima petani dan apa yang dibayarkan konsumen akhir. Upaya petani untuk meningkatkan kualitas lada terhambat oleh terbatasnya modal yang mereka miliki. Akibatnya, para petani sering kali terpaksa menjual hasil panen mereka kepada pengepul yang kualitasnya lebih buruk. Tanpa menggunakan alat ukur apa pun, pedagang pengumpul dalam transaksi ini menetapkan harga hanya berdasarkan perkiraan kadar air lada. Kendala utama yang dihadapi petani lada adalah selisih harga lada yang terjadi di pasaran dan disebabkan oleh rantai pemasaran di daerah produksi lada, sehingga mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh petani.

Perkebunan lada terluas di Provinsi Lampung dengan luas 11.588 hektar dan kapasitas produksi 3.950ton terletak di Kabupaten Lampung Utara berdasarkan data statistik perkebunan provinsi tersebut tahun 2020. Sementara itu, kabupaten dengan luas areal perkebunan lada terbesar kedua adalah Kabupaten Way Kanan, dengan luas areal 9.259 hektar dan kemampuan produksi sebesar 1.625 ton (Dinas perkebunan Provinsi Lampung, 2024). Sentra penghasil lada terbesar pada tahun 2017 tercatat di Way Kanan, dan Kabupaten Lampung Barat berada di urutan ketiga (BPS Lampung, 2017). Komoditas lada hitam di Lampung Barat memberikan informasi bahwa di daerah tersebut memiliki daya saing yang cukup kompetitif, tetapi lada hitam (*black pepper*) sendiri sangat sensitif terhadap adanya penurunan harga dan intensifikasi usaha tani. Tanaman lada di Lampung Barat menghadapi kepunahan dan kemungkinan digantikan oleh tanaman yang lebih menguntungkan seperti pohon kopi.

Tantangan pengembangan tanaman lada disisi lain adalah luas area sentra produksi yang masih dikelola dengan cara tradisional (Naufal dkk, 2022). Karena belum optimal optimalnya, lama kelamaan areal tersebut semakin mengecil akibat faktor klimatologis yang menyebabkan terjadinya kekeringan di berbagai sentra pengembangan lada, penyakit kuning, penyakit busuk pangkal batang, dan serangan penggerek batang. Optimalisasi dicapai dengan mengatasi permasalahan termasuk parahnya serangan serangga, penggunaan benih

berkualitas rendah, perawatan lada yang buruk di tingkat lapangan, dan rendahnya modal petani, yang semuanya memberikan peluang untuk memperkirakan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi petani lada.

Berbagai inovasi telah dilakukan untuk mengatasi pengembangan lada seperti rehabilitasi lahan, perluasan areal tanaman lada, serta pengembangan sistem perbenihan lada melalui penciptaan varietas unggul benih (VUB) yang sesuai dengan kondisi agroekosistem dan permintaan pasar setempat. Untuk mengatasi tantangan dalam pengembangan lada. Tujuan dari inisiatif kreatif ini adalah untuk meningkatkan minat dan rasa percaya diri petani dalam menerapkan kreativitas untuk mengatasi tantangan yang mereka hadapi saat menanam cabai.

Menurut Krisnandi (2015), kelembagaan ekonomi petani lada masih sangat lemah. Hal ini menyebabkan belum adanya kerjasama yang efektif di antara para petani lada dalam pengelolaan input usaha tani dan pemasaran hasil, sehingga belum dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Terdapat disparitas harga antar pelaku perdagangan yang terlibat akibat keterlibatan lembaga pemasaran yang berbeda mulai dari tingkat produsen hingga konsumen. Hal ini berdampak pada rendahnya harga yang diterima oleh petani lada. Oleh karena itu, penelitian tentang efisiensi saluran tata niaga lada menjadi sangat penting untuk dilakukan.

Dengan mempertimbangkan latar belakang informasi di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah: Seberapa efektifkah saluran perdagangan lada di Kabupaten Lampung Barat, Berapa biaya dan margin keuntungan dari sistem di sana, dan apakah jalur perdagangan lada di Kabupaten Lampung Barat sudah efisien

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian Efisiensi Saluran Tataniaga Lada di Kabupaten Lampung Barat yaitu:

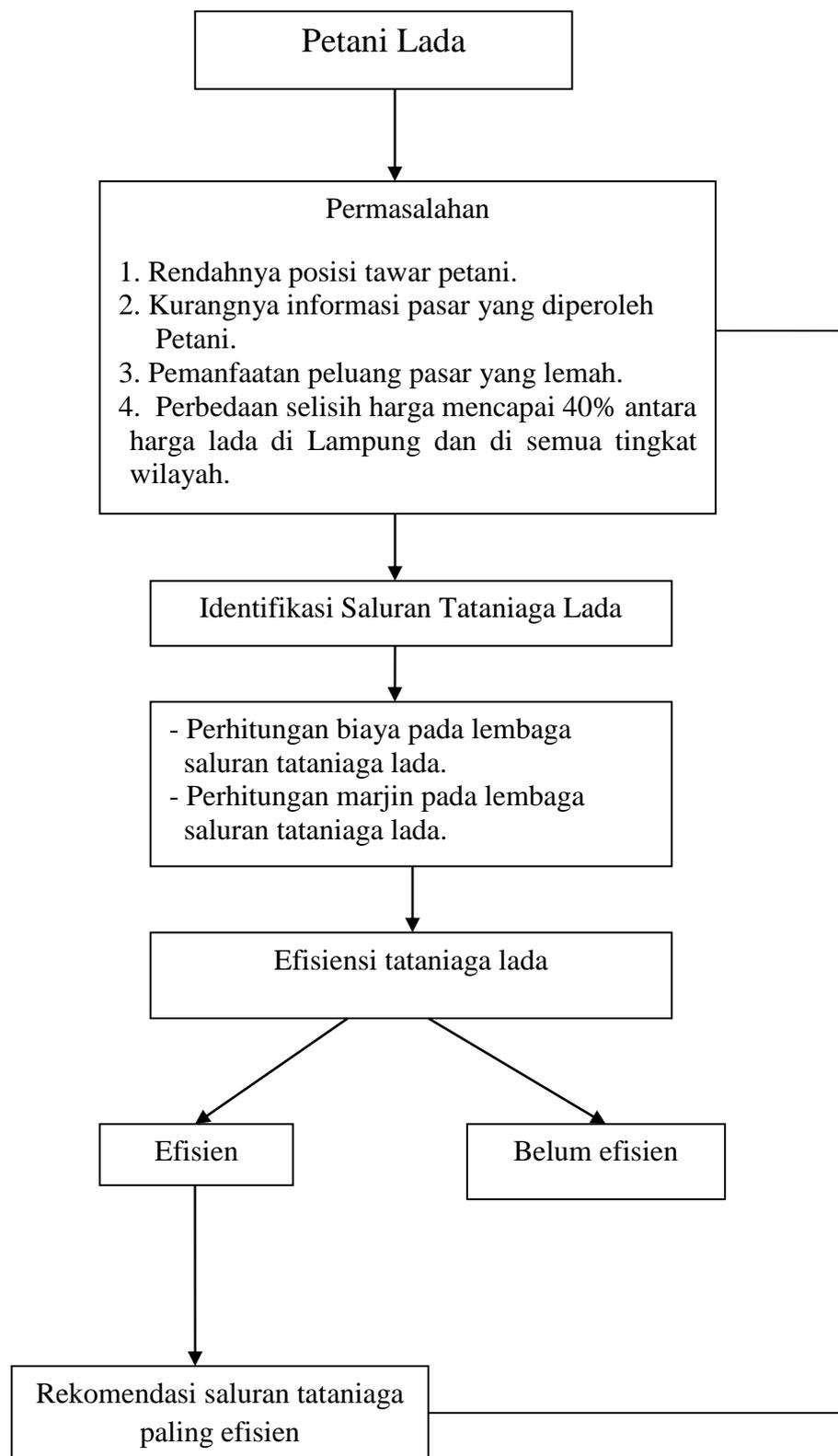
1. Mengidentifikasi lembaga saluran tata niaga lada di area sentra produksi.
2. Menganalisis biaya dan marjin pada saluran tataniaga lada di area sentra produksi.
3. Menganalisis efisiensi tataniaga lada di area sentra produksi.

### **1.3 Kerangka Pemikiran**

Sebuah sistem yang melibatkan input, proses, dan hasil pertanian adalah pertanian. Faktor produksi adalah sistem masukan yang mencakup tenaga kerja dan fasilitas produksi, serta modal dan tanah. Ini digunakan dalam proses manufaktur untuk membuat item. Semua biaya yang timbul selama pemberian layanan dianggap sebagai biaya produksi. Perkembangan budidaya lada sangat dipengaruhi oleh kepemilikan lahan dan biaya produksi karena kemampuan petani dalam menghasilkan budidaya lada semakin meningkat seiring dengan bertambahnya luas lahan dan modal.

Alat produksi yang digunakan untuk membudidayakan lada, seperti benih, pupuk, insektisida, dan biaya tenaga kerja, berdampak pada hasil dan produksi. Mengurangi biaya produksi dan meningkatkan produktivitas bergantung pada penggunaan berbagai peralatan produksi secara efektif dan efisien. Salah satu unsur yang mempengaruhi profitabilitas petani lada dari seluruh penjualan hasil pertaniannya adalah sistem tata niaga itu sendiri. Perdagangan pada dasarnya adalah perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dimungkinkan oleh suatu lembaga yang menjalankan fungsi yang menetapkan pendapatan masing-masing pelaku sistem perdagangan, yang pada gilirannya menentukan harga di mana petani menerima produknya dan harga yang harus dibayar konsumen.

Petani akan menerima harga yang berbeda tergantung pada apa yang dibayar pelanggan; ini dikenal sebagai analisis margin. Analisa margin harus dihitung untuk menentukan tingkat institusi mana yang paling efektif bagi produsen lada. Tugas akhir ini akan mengkaji efektivitas sistem tata niaga lada di Kabupaten Lampung Barat karena margin keuntungan dapat diketahui dengan menganalisis efisiensi sistem tata niaga. Kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran efisiensi saluran tataniaga lada di Kabupaten Lampung Barat.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Informasi hasil Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah referensi bagi petani mengenai saluran tataniaga lada di area sentra produksi.
2. Informasi biaya dan margin pada saluran tataniaga lada di area sentra produksi untuk dapat mempertimbangkan keputusan pemasaran.
3. Sebagai pengambilan keputusan bagi petani untuk memilih lembaga pemasaran dan saluran manakah yang paling efisien dalam menentukan harga.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Usaha Tani Lada

Tanaman lada atau dikenal juga dengan nama lada (*Piper Nigrum L*) merupakan salah satu jenis tanaman yang biasa digunakan sebagai bumbu dapur dan juga dapat diolah menjadi minyak lada. Dua jenis lada yang paling dikenal masyarakat adalah lada putih dan lada hitam. Tanaman lada merupakan salah satu komoditas rempah-rempah yang mempunyai prospek cukup cerah dalam meningkatkan pendapatan petani dan meningkatkan perolehan devisa negara; bahkan, negara ini menduduki peringkat kelima dalam hal penghasil devisa di antara semua kelompok rempah-rempah (Nursalam, 2018). Salah satu tanaman perkebunan yang mempunyai nilai komersial dan mendatangkan devisa bagi Indonesia adalah tanaman lada (*Piper nigrum L*). Selain menjadi salah satu rempah yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, lada juga memiliki beberapa khasiat lain yang bermanfaat bagi kesehatan.

Lada "Raja Rempah-rempah" alias Raja Tanaman Rempah kini menjadi salah satu komoditas terpenting dalam perdagangan dunia. Peningkatan lada ternyaman dalam produksi dan distribusi lapangan kerja, sebagai bahan kosmetika dan bahan baku industri (Krisnandi dkk., 2015). Sektor pertanian, pengolahan, dan perdagangan merupakan tiga penggerak perekonomian utama di Lampung (Saty dkk, 2018). Lada merupakan kontributor utama perekonomian wilayah Lampung pada tahun 1980an, ketika berada pada puncak kejayaannya. Dengan luas sekitar 44.454 hektar dan produktivitas 427 kg/ha, Lampung menghasilkan 14.730ton lada setiap tahunnya (Hidayat, 2019), Sebaliknya, produksi akan berkurang sebanyak 20ton pada tahun 2021 (gambar pada Tabel 1). Perlu dilakukan pembenahan pada sektor hulu, on-farm, hilir, pemasaran produk, dan prosedur kelembagaan untuk mengembalikan kejayaan lada, (Taufik, 2019).

Selain menerapkan intensifikasi tanaman lada melalui Good Agricultural Practices (GAP) untuk mengembalikan kejayaan lada dan meningkatkan produksi, pengelolaan dan tata niaga lada juga harus dilakukan agar usahatani

lada menjadi usaha yang menguntungkan, bermanfaat bagi masyarakat, dan mendorong lada. bertani sekali lagi. Usahatani lada telah menjadi sumber perekonomian bagi sebagian kecil masyarakat di wilayah sentra produksi meskipun dalam pengembangannya komoditas lada hampir tergeser oleh komoditas kopi. Salah satu penyebab penurunan produksi pada komoditas lada adalah komoditas tanaman lada sendiri sangat sensitif terhadap genangan air yang berkepanjangan faktor yang diperhitungkan adalah kondisi geografis Lampung Barat yang lembab dan mempunyai curah hujan yang tinggi, kurangnya informasi tentang harga yang terjadi di pasaran, serta kondisi geografis di Lampung Barat yang cukup terpencil sehingga membuat petani dalam memasarkan hasil produksi lada harus melalui beberapa lembaga tataniaga lada ataupun pedagang perantara. Akibatnya, produsen seperti petani kurang memiliki pengetahuan mengenai saluran pemasaran. Pengetahuan tentang pemasaran yang efisien dan sukses merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong produksi lada lebih tinggi. Penting bagi petani untuk memiliki akses terhadap data pemasaran sehingga mereka dapat menanyakan langsung kepada agen perdagangan mengenai harga jual lada, sehingga keefektifan dan keefisienan saluran tataniaga akan mendorong keinginan produsen dalam meningkatkan produksi lada. Faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan kesesuaian syarat tumbuh tanaman lada adalah keadaan iklim dan keadaan tanah (Rukmana, 2007).

Berikut merupakan sistematika tanaman lada berdasarkan Taksonomi

#### Tumbuhan

<i>Divisio</i>	: <i>Spermatophyta</i>
<i>Subdivisio</i>	: <i>Angiospermae</i>
<i>Clasis</i>	: <i>Dicotyledoneae</i>
<i>Ordo</i>	: <i>Piperales</i>
<i>Famili</i>	: <i>Piperaceae</i>
<i>Genus</i>	: <i>Piper</i>
<i>Species</i>	: <i>Piper Nigrum L.</i>

## 2.2 Saluran Tataniaga

Jalur perdagangan komoditas sangat penting untuk memastikan jalur mana yang paling efektif di antara semua opsi yang ada, kita harus. Di Indonesia,

distribusi—proses pengangkutan atau pendistribusian barang dari produsen ke konsumen—sering dipahami sebagai perdagangan (Fitriani dkk, 2011). Mungkin lebih mudah untuk menentukan margin yang diterima oleh masing-masing lembaga yang berpartisipasi ketika menggunakan saluran pemasaran. Rendahnya produktivitas produk pertanian diduga menjadi penyebab produktivitas terus berfluktuasi serta kecenderungan harga produk pertanian di tingkat produsen yang meningkat cukup tajam. Fluktuasi harga yang tinggi yang sering terjadi di sektor pertanian disebabkan oleh ketidakstabilan sisi pasokan. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik yang melekat pada produksi pertanian—yaitu, ketidakmampuannya untuk secara cepat menyesuaikan diri terhadap peningkatan permintaan atau mengurangi produksi pada saat harga rendah—adalah faktor yang mendorong harga produk pertanian (Pradyatama dkk, 2019).

Saluran penjualan adalah jenis organisasi pemasaran yang menangani distribusi produk dari produsen ke pengguna akhir. Besar kecilnya pengeluaran pemasaran dan pengeluaran konsumen akan terpengaruh dengan hadirnya saluran penjualan ini. Manajemen penjualan pertama kali dilihat sebagai komponen tugas manufaktur yang berbeda. Karena petani menerima porsi pendapatan yang jauh lebih kecil dibandingkan konsumen, sering kali keberadaan mereka dianggap merugikan petani. Penting untuk disadari bahwa perdagangan melibatkan pengeluaran seperti pengiriman, pengepakan, standar, dan sistem pemasaran, dan bahwa mereka yang terlibat dalam perdagangan harus menerima sebagian keuntungan dari operasi mereka (Raka, 2017).

Tindakan memindahkan barang dari produsen ke konsumen hanyalah salah satu aspek dari proses penjualan. Kunci untuk memajukan pertanian dan meningkatkan kesejahteraan petani bahkan konsumen adalah pemilihan sistem penjualan yang efisien dan efektif, dalam hal ini saluran pemasaran produk pertanian. Mekanisme sistem tata niaga merupakan salah satu dari beberapa subsistem agribisnis yang mempunyai keterkaitan erat dengan subsistem agribisnis lainnya. Produk mempunyai keunggulan dibandingkan produk lain, seperti mudah rusak, mempunyai ukuran besar dan area cetak besar (*bulky/volume*). Salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi

organisasi Lada Channel Tatianaga adalah metode analisis deskriptif atau metode survei yang berfokus pada serangkaian fakta tertentu yang dicatat, dikaji, dan kemudian diidentifikasi (Lathifah dkk, 2021).

### 2.3 Biaya dan Marjin Tataniaga

Margin perdagangan dapat diartikan sebagai nilai jasa yang melakukan kegiatan perdagangan dari tingkat produsen hingga konsumen akhir. Selisih harga atau selisih antara harga yang diterima konsumen dengan harga yang diterima petani. Tujuan analisis margin tataniaga adalah untuk mengetahui margin keuntungan setiap kegiatan pemasaran, nilai sekarang bersih setiap organisasi pemasaran, dan jumlah uang yang dibayarkan kepada pemasaran tersebut. Dengan kata lain, analisis margin tataniaga dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi para peserta pemasaran yang terlibat dalam kegiatan distribusi atau pemasaran. Menjaga keseimbangan antara peningkatan tajam produksi dan peningkatan permintaan akan menjadi tantangan tersendiri, yang akan menurunkan harga komoditas lada dan mengurangi insentif petani untuk membudidayakan lada (Erwanto dalam Naufal, 2019).

Ilmu ekonomi biaya marjinal adalah perubahan total biaya yang timbul ketika kuantitas yang diproduksi bertambah atau biaya produksi kuantitas tambahan, dilansir dari *Economics online* biaya marjinal adalah biaya yang muncul dalam produksi satu tambahan barang atau jasa. Profit margin atau keuntungan adalah ukuran profitabilitas yang dihitung dengan mencari keuntungan sebagai persentase dari pendapatan. Margin laba kotor, margin laba operasi, dan margin laba bersih adalah tiga bentuk margin laba yang berbeda. Dengan kata lain, selisih antara jumlah yang dibayar pelanggan akhir dan harga yang diterima produsen dikenal sebagai margin keuntungan dalam dunia perdagangan (Nursalam, 2018). Metode yang digunakan dalam menganalisis biaya dan marjin tataniaga menurut Hasyim Tahun 2012 yaitu,

Marjin tataniaga

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}, \text{ atau } \dots\dots\dots (1)$$

$$M_{ji} = b_{ti} + \prod i, \text{ atau } \dots\dots\dots (2)$$

$$R_i = M_{ji} - b_{ti} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

$M_{ji}$  = Margin lembaga tataniaga tingkat ke-i

$P_{si}$  = Harga Penjualan lembaga tataniaga tingkat ke-i

P<sub>bi</sub> = Harga Pembelian lembaga tataniaga tingkat ke-i  
 R<sub>i</sub> = Keuntungan lembaga tataniaga tingkat ke-i  
 B<sub>ti</sub> = Biaya Tataniaga lembaga tataniaga tingkat ke-i.

Sedangkan rumus yang digunakan pada perhitungan biaya adalah,

$$TC = TFC + TVC \text{ (Sukirno dalam Maliang, 2016).}$$

Keterangan :

TC = total cost (total biaya)

TFC = total fixedcost (total biaya tetap)

TVC = total variabel cost (total biaya variabel)

## 2.4 Efisiensi Saluran Tataniaga Lada

Efisiensi adalah penggunaan sumber daya yang paling sedikit untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Hal ini terkait langsung dengan biaya yang dikeluarkan, karena langkah terakhir dalam kegiatan ekonomi yang memenuhi keinginan manusia adalah pemasaran. Menganalisis aspek mana yang lebih dan kurang efisien untuk diterapkan diperlukan untuk optimalisasi efisiensi. KBBI mengartikan efisiensi sebagai pelaksanaan tugas dengan cermat dan hati-hati. Efektif juga mengacu pada upaya atau metode menyelesaikan suatu tugas dengan sebaik-baiknya.

Istilah “efisiensi” dan “efektivitas” mempunyai definisi yang berbeda meskipun sering kali berkaitan. Efektivitas diartikan sebagai pencapaian tujuan tanpa mempertimbangkan pengorbanan yang dilakukan, sedangkan efisiensi lebih mementingkan menghasilkan hasil yang sangat baik dengan pengorbanan yang paling sedikit. Manfaat efisiensi terletak pada kemampuannya untuk meminimalkan atau menghemat sumber daya sekaligus memaksimalkan penyelesaian tugas untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menghitung pangsa produsen, margin penjualan, dan rasio margin keuntungan dalam saluran penjualan merupakan metodologi yang digunakan untuk mengetahui efektivitas saluran penjualan lada. Rumus berikut ini, menurut Hasyim (2012), dapat digunakan untuk menghitung rasio keuntungan bagi hasil dan saluran penjualan:

*Producer share*

$$PS = \frac{pf}{pr} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Ps = bagian harga lada yang diterima oleh produsen

Pf = harga lada ditingkat petani

Pr = harga lada ditingkat konsumen akhir

*Ratio profit margin*

$$\text{Rpm} = \frac{\text{Keuntungan (Ri)}}{\text{Biaya Tataniaga (Ci)}} \times 100\%$$

Keterangan

Ri = Keuntungan tataniaga pada tingkat lembaga ke-i

Ci = Biaya tataniaga pada tingkat lembaga ke-i.

.

## 2.4 Tabel Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang efisiensi saluran tataniaga pada tanaman lada terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian terdahulu

No	Peneliti dan tahun	Judul jurnal	Rumusan masalah	Tujuan dan manfaat	Metode analisis
1	Leni Saleh (2017)	Efisiensi Pemasaran Komoditas Lada di Kabupaten Konawe ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”	Penurunan produktivitas serta harga lada yang cenderung fluktuatif. Hal yang diduga adalah harga yang diterima petani masih sangat rendah dan belum terlihat keadaan pasar yang sebenarnya.	Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran komoditas lada di Kabupaten Konawe. 2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran komodit	Menggunakan metode analisis distribusi dan rata-rata hitung dari margin pemasaran dan margin lembaga per tingkat. ( profi
2	Pradyatama Pandu dkk (2019)	Sistem Pemasaran Lada Hitam di Kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung”	Harga lada berfluktuasi, rendahnya posisi tawar petani, kurangnya informasi pasar yang diperoleh petani, pemanfaatan peluang pasar yang lemah, serta sarana transportasi yang kurang memadai.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran lada hitam di Kecamatan Way Tenong dan Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.	Metode analisis yang digunakan berdasarkan perhitungan margin setiap tingkat lembaga.
3	Krisnandi Erwin dkk (2015)	Analisis Pemasaran Lada Perdu	Terjadi penurunan produktivitas lada	Menganalisis saluran pemasaran lada putih di Desa Bakam Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka.	Menggunakan metode analisis studi kasus dan analisis margin.

No	Peneliti dan tahun	Judul jurnal	Rumusan masalah	Tujuan dan manfaat	Metode analisis
4	Justicewan dkk (2020)	Analisis Efisiensi Tataniaga Kopi di Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kab. Tanggamus	Posisi tawar petani sebagai penerima harga yang menyebabkan petani mendapatkan margin yang berbeda beda. Sehingga bagian harga yang diterima petani bervariasi.	Menganalisis efisiensi tataniaga di daerah tersebut.	Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode <i>farmer's share</i> dan R/C ratio.
5	Budi Prasetyo dkk (2019)	“AnalisisPemasaran Lada “	Karena sebagian besar petani lada adalah petani skala kecil, salah satu tantangan dalam memperluas usahatani lada adalah besarnya modal yang dibutuhkan untuk proses produksi.	Untuk mengidentifikasi saluran pemasaran lada di Desa Bantilang, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur. Untuk menganalisis besarnya margin pemasaran lada di Desa Bantilang, Kecamatan Towuti, Kabupaten luwu Timur.	Metode yang digunakan dalam penelitian Usahatani dan ini adalah studi kasus (case Pemasaran study)