IDENTIFIKASI PELAKU BISNIS PETERNAKAN DAN SUMBER TERNAK YANG DIPERJUALBELIKAN DI PASAR TERNAK BATUSANGKAR

SKRIPSI

Oleh:

YOSSI VERRONIKA
03 164 061

FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

2008

IDENTIFIKASI PELAKU BISNIS PETERNAKAN DAN SUMBER TERNAK YANG DIPERJUALBELIKAN DI PASAR TERNAK BATUSANGKAR

Oleh :

Yossi Verronika, dibawah bimbingan
Ir.Boyon.MP dan Rahmi Wati Spt,M.Si
Program Studi Sosial Ekonomi Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2008

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaku bisnis yang berperan di pasar ternak, mekanisme transaksi jual beli di pasar ternak, untuk mengetahui sumber dan jenis ternak yang diperjualbelikan serta untuk mengetahui efektifitas pasar ternak Batusangkar. Waktu penelitian dilakukan dari tanggal 6 Desember 2007 sampai 24 Januari 2008. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survai, dengan responden sebanyak 115 orang yang ditetapkan secara sensus. Responden terdiri dari peternak, pedagang ternak, pengelola pasar ternak, penjual rumput, pedagang makanan (warung), tukang parkair, penjual kelengkapan ternak dan sopir mobil ternak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaku bisnis yang berperan di pasar ternak Batusangkar paling banyak berumur 30-50 tahun yaitu sebesar 75,65 % dengan tingkat pendidikan terakhir terbanyak SLTP yaitu sebesar 38,26 %. Pekerjaan utama pelaku bisnis terbanyak yaitu wiraswasta yaitu sebesar 54,78 %. Pelaku bisnis di pasar ternak Batusangkar terdiri dari pelaku bisnis utama dan palaku bisnis penunjang.Pelaku bisnis utama berperan sebagai peternak dan pedagang ternak, sedangkan pelaku bisnis penunjang berperan sebagai pengelola pasar ternak, penjual rumput, sopir transportasi ternak, pedagang makanan (warung), tukang parkir dan penjual kelengkapan ternak. Proses pemasaran ternak di pasar ternak Batusangkar terjadi antara peternak dengan pedagang ternak, sesama pedagang ternak dan pedagang pemotong.

Ternak yang masuk ke pasar ternak Batusangkar berasal dari daerah Kecamatan Lima Kaum, Kecamatan Pariangan, Kecamatan Rambatan, Kecamatan Lintau Buo, Kecamatan Sungai Tarab, Kecamatan Sungayang, Kecamatan Padang Ganting, Kecamatan XI Koto, Solok, Payakumbuh, Bukit Tinggi, dan Aceh. Jumlah transaksi yang terjadi di pasar ternak Batusangkar sebanyak 3233 transaksi, sedangkan jumlah ternak yang masuk adalah sebanyak 5158 ekor. Dari data ini didapat efektifitas pasar Batusangkar sebesar 62,68%.

Kata kunci : Pelaku Bisnis, Sumber Ternak, Mekanisme Transaksi, Efektifitas Pasar Ternak.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan peternakan di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan populasi ternak, meningkatkan produksi dan mutu hasil ternak agar dapat memenuhi permintaan pasar dan memperluas daerah pemasaran. Agar sistim pemasaran lebih efektif dan efisien bagi seorang peternak serta untuk mendapatkan informasi pasar yang resmi dan keuntungan-keuntungan lain yang akan diperoleh si peternak, maka pemerintah mengambil suatu kebijakan dengan jalan memperpendek saluran pemasaran dengan mengadakan fungsi fasilitas berupa pendirian pasar ternak.

Pasar ternak berfungsi untuk mengembangkan usaha baik sebagai tempat penjualan hasil ternak maupun tempat pembelian input produksi berupa sapi, kerbau, kambing dan domba. Pasar ternak Batusangkar merupakan salah satu pasar ternak yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar. Selain itu juga pasar ternak Batusangkar merupakan sumber informasi tentang harga ternak, memperpendek rantai tataniaga dan merupakan wadah pertemuan semua lapisan pedagang dan peternak

Pasar ternak Batusangkar merupakan pasar ternak yang cukup besar, sejak berdirinya mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari:

a. Daerah layanan pasar ternak Batusangkar yang memiliki jangkauan cukup luas tidak hanya dari daerah sekitar selain itu juga dari luar daerah.
b. Data jumlah ternak masuk untuk diperjualbelikan yang tiap bulannya hampir selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Ternak Masuk Pasar Ternak untuk Diperjualbelikan Tahun 2006

Bulan	Jenis Ternak	
	Sapi/Kerbau(Ekor)	Kambing(Ekor)
Januari	1.208	855
Februari	1.304	547
Maret	1.369	737
April	985	660
Mei	913	578
Juni	1.087	759
Juli	1.033	639
Agustus	1.192	619
September	912	505
Oktober	1.037	835
November	2.201	1.153
Desember	4.316	6.351
Jumlah	17.557	14.238

Sumber: Dinas Pasar Batusangkar 2006

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah ternak yang masuk kepasar ternak Batusangkar pada tahun 2006 cendrung berfluktuasi. Jenis ternak sapi/kerbau yang terbesar masuk kepasar ternak Batusangkar yaitu pada bulan Desember dengan jumlah ternak 4.316 ekor, sedangkan jenis ternak sapi/kerbau yang terkecil masuk pasar ternak pada bulan September. Sedangkan untuk jenis ternak kambing yang terbesar masuk kepasar ternak Batusangkar yaitu pada bulan Desember dengan jumlah ternak 6.351 ekor dan yang terkecil pada bulan September dengan jumlah ternak 505 ekor.

Untuk memenuhi permintaan pasar terhadap ketersediaan ternak pada pasar ternak Batusangkar, maka dibutuhkan peran serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses jual beli yang terjadi pada pasar ternak, baik pedagang, peternak, petugas pasar ternak, serta semua orang yang terlibat pada pasar ternak Batusangkar.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan kesimpulan bahwa :

1. Pelaku bisnis yang berperan di pasar ternak Batusangkar paling banyak berumur 30-50 tahun yaitu sebesar 75,65 % dengan tingkat pendidikan terakhir terbanyak SLTP yaitu sebesar 38,26 %. Pekerjaan utama pelaku bisnis terbanyak yaitu wiraswasta yaitu sebesar 54,78 %. Pelaku bisnis di pasar ternak Batusangkar terdiri dari pelaku bisnis utama dan palaku bisnis penunjang.Pelaku bisnis utama berperan sebagai peternak dan pedagang ternak, sedangkan pelaku bisnis penunjang berperan sebagai pengelola pasar ternak, penjual rumput, sopir transportasi ternak, pedagang makanan (warung), tukang parkir dan penjual kelengkapan ternak.
2. Dari mekanisme transaksi yang terjadi diatas dapat dilihat bahwa transaksi itu dapat terjadi antara peternak dengan pedagang ternak, sesama pedagang ternak dan pedagang pemotong. Transaksi untuk seekor ternak dapat terjadi lebih dari satu kali sehingga antar pedagang dan peternak terjadi transaksi timbal balik
3. Sumber ternak yang masuk ke pasar ternak Batusangkar ini berasal dari dalam dalam Kabupaten Tanah Datar yaitu dari Kecamatan Lima Kaum, Kecamatan Pariangan, Kecamatan Rambatan, Kecamatan Lintau Buo, Kecamatan Sungai Tarab, Kecamatan Sungayang, Kecamatan Padang Ganting dan Kecamatan XI Koto. Sedangkan yang berasal dari luar Kabupaten Tanah Datar yaitu dari daerah Solok, Payakumbuh, Bukit Tinggi, Aceh.
4. Ditinjau dari tujuan pasar ternak sebagai tempat transaksi, selama 8 minggu jumlah ternak yang masuk ke pasar Ternak Batusangkar sebanyak 5158 ekor

dan jumlah transaksi yang terjadi sebanyak 3233 ekor maka efektifitas pasar ternak yang dicapai 62,68 %. Artinya pasar ternak ini cukup efektif karena transaksi jual beli ternak yang terjadi berimbang dengan jumlah ternak yang masuk ke pasar ternak Batusangkar.

B. SARAN

Perlunya perubahan dalam sistem transaksi di pasar ternak tersebut dengan sistem transaksi yang terbuka dan menggunakan timbangan ternak sehingga para peternak lebih termotifasi untuk membawa ternaknya ke pasar ternak. Penggunaan timbangan dalam penentuan harga ternak akan meningkatkan efektifitas pasar ternak. Penggunan timbangan akan menghilangkan keraguan peternak untuk membawa ternaknya ke pasar. Semakin banyak ternak yang masuk kepasar ternak diiringi dengan meningkatnya jumlah transaksi yang terjadi maka pasar ternak akan semakin efektif. Oleh karena itu diharapkan agar para petugas pasar ternak untuk mensosialisasikan pemakaian timbangan ternak dalam penentuan harga.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin. Z. 2006. Penggemukan Sapi Potong. Agromedia pustaka, Jakarta.

Alma. B. 2001. Pengantar Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Andermi. 1996. Efektifitas Pasar Ternak dalam Memasarkan Ternak di Kabupaten Solok. Skripsi, Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.

Atmakusuma.Y. 1998. Tata Niaga Peternakan. Universitas Terbuka. Depdikbud. Jakarta.

Cahyono. B. 1998. Beternak Domba dan Kambing. Kanisius, Yogyakarta.

Blakely.J & David H. B. 1992. Ilmu Peternakan. Universitas Terbuka. Jakarta.

Dinas Peternakan Sumatera Barat. 2000. Laporan Tahunan. Dinas Peternakan Sumatera Barat, Padang.

Gunawan. 2002. Sapi Madura. Kanisius, Yogyakarta.

Guntoro. S. 2002. Membudidayakan Sapi Bali. Kanisius, Yogyakarta.

Hanafiah & Saefuddin. 1993. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia. Jakarta.

Kartasapoetra. 1986. Marketing Produk Pertanian dan Industri yang Diterapkan di Indonesia. PT. Bina Aksara, Jakarta.

Kothler. P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium I. Prenhalindo, Jakarta.

Kothler. P & Armstrong. G. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I. Prenhalindo, Jakarta.

Lestari. E. 2006. Efektifitas pasar ternak dalam tataniaga ternak di nagari Simpang Tiga Kecamatan Luhak nantuo Kabupaten Pasaman Barat. Skripsi, Fakultas Peternakan Unand, Padang.

Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. PT. Jaya Perusa Edisi Revisi, Jakarta.

Mulyono. S. 2004. Teknik pembibitan Kambing dan Domba. Penebar Swadaya, Jakarta.

Murtidjo. B. A. 1989. Memelihara Kerbau. Kanisius, Yogyakarta.

Pane. I. 1993. Pemuliabiakan Ternak Sapi. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.