

ANALISIS PEMASARAN SAPI POTONG PADA KUMBUHOK
PENERIMA DANA BERGULIR DI KOTA SOLOK
(Studi Kasus Pada Peternak Sapi Potong Penerima Dana Bergulir)

SKRIPSI

Oleh :

NOVITA ERWAN

01 164 079



FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG

2006

**ANALISIS PEMASARAN SAPI POTONG PADA KELOMPOK
PETERNAK PENERIMA DANA BERGULIR DI KOTA SOLOK
(Studi Kasus: Peternak Sapi Potong penerima Dana Bergulir di Kota Solok)**

Novita Erwan, dibawah bimbingan

Dr. Ir. Asdi agustar, MSc dan Ir. Ismet Iskandar MS

Program Studi Sosial Ekonomi Jurusan

Produksi Ternak Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang 2006

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat dan peranan lembaga pemasaran pada proses pemasaran sapi potong di Kota Solok, serta besarnya margin pemasaran yang diperoleh oleh kelompok peternak penerima dana bergulir di Kota Solok. Saluran pemasaran dapat diukur dengan melihat jumlah marketing chanel tataniaga yang ada, jumlah biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing saluran dan lembaga pemasaran apa saja yang terlibat dalam proses pemasaran di Kota Solok. Peranan lembaga pemasaran dapat diukur dengan melihat fungsi apa saja yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam melakukan proses pemasaran sapi potong penerima dana bergulir di Kota Solok, serta besarnya margin pemasaran dapat diukur dengan melihat harga jual dan harga beli ternak. Responden penelitian adalah 12 orang peternak sapi potong penerima dana bergulir di Kota Solok periode 2003/2004. Data yang didapatkan dari hasil penelitian dapat diolah dengan menggunakan analisa data deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menghitung biaya pemasaran, margin pemasaran, dan bagian yang diterima peternak serta keuntungan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran.

Maka dari hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat 2 pola saluran yaitu :

1. Peternak → Pengusaha potong → RPH
2. Peternak → Pedagang pengumpul → Pengusaha Potong
→ RPH

Yang mana melibatkan pula 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pengusaha potong yang melakukan beberapa fungsi yaitu fungsi pengangkutan, pembiayaan, pemeliharaan, informasi pasar, standarisasi dan fungsi penanggungungan resiko.

Kata kunci : Saluran Pemasaran, lembaga Pemasaran dan Margin Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengembangan sub sektor peternakan merupakan bagian dari pembangunan sektor pertanian, dimana sektor pertanian memiliki nilai strategis dalam memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat. Kebutuhan pangan akan daging sapi juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sesuai dengan kenaikan jumlah penduduk, pendapatan masyarakat, selera konsumen dan kesadaran akan gizi yang semakin meningkat, tetapi dilain pihak pengadaan daging sapi setiap saat dirasa menurun. Jika hal ini tidak ditanggulangi dengan cepat maka akan terjadi penurunan penyediaan ternak potong, sehingga menyebabkan antara peningkatan jumlah populasi tidak seimbang. Dari data 10 tahun terakhir, rata-rata peningkatan konsumsi daging sapi mencapai 3,80 % (BPS Sumbar dalam angka 2000).

Dari tabel dapat dilihat populasi ternak sapi dikota Solok pada Tahun 2004

Tabel 1 : Jumlah Populasi Sapi Potong Di Kota Solok

NO	KECAMATAN / KELURAHAN	JUMLAH SAPI POTONG (EKOR)
1	Lubuk Sikarah	3430
1	Tanah Garam	1226
2	VI Suku	899
3	Sinapa Piliang	117
4	IX Korong	150

5	KTK	253
6	Aro IV Korong	224
7	Simpang Rumbio	561
II	Tanjung Harapan	1441
1	Koto Panjang	19
2	PPA	9
3	Tanjung Paku	243
4	Nan Balimo	448
5	Kampung Jawa	221
6	Laing	201
Jumlah 2004		4571
Jumlah 2003		3699

Sumber : (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2005)

Dalam upaya untuk memberdayakan peternak sapi potong di Kota Solok lembaga instansi terkait bekerja sama dengan dinas ketahanan pangan Kota Solok memberikan bantuan dana bergulir kepada 12 orang peternak sapi potong dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh instansi yang bersangkutan, yang bertujuan untuk lebih meningkatkan produktifitas ternak sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang cukup meningkat, baik didalam atau diluar Kota Solok.

Dalam hal ini peternak melakukan proses pemasaran yaitu proses penyampaian barang dan jasa oleh produsen atau peternak kepada konsumen melalui beberapa lembaga pemasaran dengan biaya yang seefisien mungkin.

Masalah pemasaran erat kaitannya dengan jalur atau rantai pemasaran yang ditempuh dalam memasarkan produk tersebut. Semakin panjang rantai

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “ Analisa Pemasaran Sapi Potong pada kelompok peternak Penerima Dana Bergulir di Kota Solok dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Saluran pemasaran sapi potong pada kelompok peternak penerima bantuan dana bergulir di kota Solok terdapat 2 buah pola saluran yaitu

- a. Pola Pertama

Peternak → Pengusaha Potong → RPH

Sebanyak 75 % peternak melakukan pola saluran pemasaran yang pertama ini.

- b. Pola Kedua

Peternak → Pedagang Pengumpul → Pengusaha Potong
→ RPH

Sebanyak 25 % peternak melakukan pola saluran pemasaran yang kedua.

2. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran sapi potong peternak penerima bantuan dana bergulir adalah :

- A. Pedagang pengumpul, adalah pedagang yang langsung membeli ternak ke kandang ternak, yang penentuan harganya dilakukan dengan taksiran bobot daging dan harga yang berlaku di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M.H. 1978. *Pola Pemasaran Hasil Ternak di Sumatera Barat*. Fakultas peternakan. Universitas Andalas. Padang.
- Abidin, Z. 2002. *Penggemukan Sapi Potong*. Agromedia Pustaka. Jakarta. BAPEDA/BPS Sumbar Dalam Angka.
- Adiwilaga. 1982. *Ilmu Usaha Tani*. Alumni Bandung.
- Atmakusuma, Yuniar. 1998. *Tataniaga Peternakan*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Azzaino, Z. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi. Institut Pertanian Bogor.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Downey, W.b and Erickson, S.P. 1989. *Manajemen Agribisnis*, Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Eflia, L. 1994. *Sistem Pemasaran Ternak Sapi Di Kabupaten Pesisir Selatan*. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.
- Hanafiah, dan Saefuddin, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI-Press. Jakarta.
- Ibrahim, Y. 2003. *Studi kelayakan Bisnis*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Kartasapoetra. 1986. *Marketing Produksi Pertanian dan Industri yang di Terapkan di Indonesia*. PT Bina Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Prenhallindo. Jakarta.
- Mosher, A. T. 1984. *Menggerakkan dan membangun Pertanian*. CV Yasaguna. Jakarta.
- Mubyarto. 1987. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Napitupulu, H.A. 1986. *Tataniaga Peternakan*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.