

SISTEM PEMASARAN DADIH DI SUMATERA BARAT

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD REZA
02 164 019



PADANG, 2006

SISTEM PEMASARAN DADIH DI SUMATERA BARAT

Muhammad Reza, dibawah bimbingan
Ir. Fuad Madarisa, MSc dan Nurhayati, S.Pt. MM
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2006

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dadih di Sumatera Barat, serta besarnya margin pemasaran yang diperoleh penjual / produsen dadih dan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi oleh penjual/produsen dadih. Metode yang digunakan adalah metode survei di dalam daerah atau lokasi penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara yang mendalam (indepth interviw) dengan menggunakan kuisisioner. Dengan jumlah penjual/produsen dadih 52 orang. Daerah yang dipilih sebagai daerah penelitian adalah Kabupaten 50 Kota, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Agam, Kabupaten Solok, Kota Bukit Tinggi dan Kota Padang Panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran dadih di Sumatera Barat ada tiga yaitu Saluran Pemasaran I sebanyak (3,8 %), Saluran Pemasaran II sebanyak (80,8%) dan Saluran Pemasaran III sebanyak (15,3 %). Besarnya margin yang diterima oleh setiap penjual/produsen dadih pada setiap Saluran Pemasaran berbeda-beda, ini dapat dilihat dari rata-rata margin pada saluran pemasaran II sebesar Rp 5.129,76 dan rata-rata margin pada saluran pemasaran III sebesar Rp 2.937,5. Permasalahan yang dihadapi oleh penjual/produsen dadih terdiri dari: (a) ketersediaan input produksi yaitu susu sebanyak (13,5 %) dan tabung bambu sebanyak (7,7 %), (b) responden yang menghadapi masalah transportasi sebanyak (7,7 %), (c) mutu dadih dilihat dari daya tahannya, sebanyak 5,8 % responden mengatakan dadih dapat tahan selama 0-3 hari, sebanyak 36,5 % responden mengatakan dadih dapat tahan selama 4-6 hari dan 57,7 % responden berpendapat bahwa dadih dapat tahan selama 7-10 hari, (d) masalah dalam pembayaran yang dilakukan setiap pihak cukup sedikit, karena pembayaran yang dilakukan secara tunai, dimana persentase yang mengalami masalah sebanyak 15,4 % dan responden yang tidak mengalami permasalahan sebanyak 84,6 % .

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kerbau merupakan ternak yang banyak dipelihara di pedesaan untuk pengolahan lahan pertanian dan dimanfaatkan sebagai sumber penghasil daging, susu, kulit, dan pupuk. Namun jumlah ternak kerbau lebih sedikit dibandingkan dengan ternak besar lainnya seperti sapi, dimana populasi ternak kerbau yang ada di Sumatera Barat sebanyak 230.818 ekor sedangkan populasi ternak sapi sebanyak 429.898 ekor (Dinas Peternakan Sumbar, 2001). Di Propinsi Sumatera Barat, kerbau diperah untuk menghasilkan susu yang kemudian diolah menjadi dadih. Dadih merupakan makanan tradisional masyarakat Sumatera Barat yang berasal dari fermentasi susu kerbau dengan menggunakan wadah tabung bambu.

Dadih ini memiliki daya tahan selama 7 hari pada suhu ruangan dan apabila dimasukkan kedalam alat pendingin maka dadih dapat bertahan selama 30 hari. Secara tradisional dadih dikemas dalam tabung bambu yang diberi tutup plastik atau menggunakan daun pisang.

Produksi dadih di Sumatera Barat pada saat sekarang ini sangat sedikit, hal ini dikarenakan jumlah kerbau yang dimiliki produsen tidak banyak dan jumlah kerbau yang sedang laktasi atau menghasilkan susu di daerah penghasil dadih sedikit, ini dapat dilihat dari populasi kerbau di Sumatera Barat sebanyak 230.818 ekor lebih sedikit dibandingkan jumlah populasi sapi di Sumatera Barat yaitu sebanyak 429.898 ekor (Dinas Peternakan Sumbar, 2001).

Produsen dadih di Sumatera Barat jumlahnya semakin sedikit, hal ini dikarenakan tidak semua peternak yang memiliki kerbau mampu pemerah susu kerbaunya sendiri, biasanya ini merupakan kemampuan turun-temurun dari keluarga. Produsen dadih menggunakan cara tradisional untuk membuat dadih.

Dadih merupakan makanan tradisional yang beraroma dan berasa asam. Rasanya yang khas menyebabkan dadih tidak populer dikalangan masyarakat, hanya orang-orang tertentu saja yang mengkonsumsi dadih. Biasanya konsumen menggunakan dadih sebagai bumbu masakan, bahan baku emping dadih dan hidangan dalam acara adat.

Dibandingkan dengan produk susu fermentasi lainnya, seperti yoghurt, kefir maka dadih kalah populer oleh konsumen dari berbagai kalangan. Sedangkan dadih hanya dipasarkan di sekitar daerah yang memproduksi dadih, tepatnya di pasar-pasar yang berada di daerah tersebut dan belum mampu menembus pasar modern. Produk ini perlu dilestarikan dan dikembangkan, agar tidak terulang lagi kasus produk-produk khas Indonesia yang dipatenkan oleh negara lain, seperti rendang dipatenkan oleh negara Malaysia dan tempe oleh negara Jepang.

Padahal pemasaran sebagai salah satu mata rantai dari sistem agribisnis peternakan, yang mempunyai peran penting bagi pengembangan usaha peternakan. Pemasaran merupakan proses lanjutan dari produksi dimana pemasaran sangat penting bagi peternak dalam usaha menyampaikan produk peternakan kekonsumen dalam hal ini dadih.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai " Sistem Pemasaran Dadih Di Sumatera Barat " dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Saluran pemasaran dadih yang dilakukan oleh penjual dan produsen di Sumatera Barat terdapat 3 saluran pemasaran yaitu :

a. Saluran pemasaran I

Produsen → konsumen

Sebanyak 3,8% produsen yang menggunakan saluran pemasaran ini, daerah yang menggunakannya adalah Kabupaten Agam dan Kota Bukit Tinggi.

b. Saluran Pemasaran II

Produsen → penjual → konsumen

Sebanyak 80,8% penjual dan produsen yang menggunakan saluran pemasaran ini, semua wilayah penelitian menggunakan saluran pemasaran ini.

c. Saluran pemasaran III

Produsen → pengumpul → penjual → konsumen

Sebanyak 15,3% penjual dan produsen yang menggunakan saluran pemasaran ini, daerah yang menggunakannya adalah Kabupaten 50

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, dkk. 2003. *Deversifikasi Produksi Makanan Tradisional Dadih Dengan Penambahan Beberapa Level Coklat Kental*. Jurnal Peternakan Dan Lingkungan. Fakultas Peternakan Universitas Andalas. Padang
- Ary, Donal., Jacob Lucy Chaser, , Razavieh Agshar. 1985. *Itrudacation to Research in Education*. New Yourk : Holt Rinehart and Winston.
- Atmakusuma, Yuniar . 1998 . *Tataniaga Peternakan Universitas Terbuka*. Jakarta
- Azima. F . 1983. *Studi Tentang Dadih*. Fakultas Teknologi Pertanian.UGM. Yogyakarta.
- Cravens, W . David. 1998. *Pemasaran Strategis*. Jilid 2 . Erlangga . Jakarta
- Dauli, Hafid. 1995. *Pengaruh Pengeringan Tabung Bambu Terhadap Kualitas Dadih*. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.
- Dirjen Peternakan. 1984. *Pengolahan Air Susu Sederhana*. Departemen Pertanian Jakarta.
- Hanafiah, A.M & Saefudin, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Ibrahim, Y . 2003 . *Studi Kelayakan Bisnis* . PT. Erlangga Cipta . Jakarta
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 1997. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jilid I. Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium I. Penerbit : Prenhalindo, Jakarta
- Lili. 1997. *Pengaruh Penambahan Beberapa Level Starter Streptococcus lactis Terhadap Kualitas Dadih Yang Dibuat Dalam Tabung Plastik*. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang
- Monsher, A.T. 1987. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. CV Yasaguna. Jakarta.