

SALURAN PEMASARAN SAPI HASIL PENGGEMUKAN DI KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI PROVINSI SULAWESI TENGAH

COW MARKETING CHANNEL FEEDLOT RESULTS IN SIGI BIROMARU SUB-DISTRICT SIGI REGENCY OF CENTRAL SULAWESI PROVINCE

¹Indra, ²Muh. Syaifuddin Nasrun, ³Syaiful Bachri

^{1,2,3}Bagian Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

ma'ruf@gmail.com

syaifuddin.nasrun@gmail.com

syaiful.bachri@yahoo.com

ABSTRAK

Kondisi peternakan sapi potong saat ini belum menggembirakan. Fenomena ini dapat dilihat dari pertumbuhan populasi ternak sapi potong yang masih rendah yaitu sebesar 5,33%/tahun atau kurang lebih 655.500 ekor/tahun dari populasi 9.867.522 ekor pada tahun 2003 menjadi 14.805.053 ekor pada tahun 2011 (Anonim, 2011). Masyarakat peternakan di Kabupaten Sigi memanfaatkan kesempatan tersebut sebagai peluang usaha peternakan yang baik untuk ditumbuh kembangkan. Subsektor peternakan di Kabupaten Sigi dapat dijadikan basis pengembangan usaha rakyat karena subsektor ini cukup menjanjikan sebagai alternatif upaya menciptakan cita-cita pembangunan yang memberdayakan perekonomian rakyat dan menyentuh langsung masyarakat bawah. Peternakan rakyat merupakan usaha peternakan yang sangat potensial untuk dikembangkan dan memegang peranan yang besar bagi perkembangan populasi ternak sapi potong dan menyumbang pendapatan keluarga yang dominan setelah pertanian tanaman pangan. Permasalahannya adalah bagaimana saluran pemasaran sapi hasil penggemukan di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. Penelitian bertujuan mengetahui bentuk saluran pemasaran sapi hasil penggemukan di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*), dengan metode penelitian *sensus*, dan dilaksanakan bulan Juli sampai Agustus 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran sapi hasil penggemukan di Kecamatan Sigi Biromaru melalui 3 saluran pemasaran yaitu ; (1) Saluran I ; peternak ke perantara ke pengumpul ke pengecer/pemotong ke konsumen, (2) Saluran II ; peternak ke pengumpul ke pengecer/pemotong ke konsumen, (3) Saluran III; peternak ke pengecer /pemotong ke konsumen.

Kata kunci : Saluran pemasaran, sapi hasil penggemukan

Abstract

Cattle breeding conditions are currently not yet encouraging. This phenomenon can be seen from the low growth of cattle beef populations of 5.33%/year or approximately 655,500 tails/year from the population of 9,867,522 tails in 2003 to 14,805,053 Tails in the Year 2011 (anonymous, 2011). The livestock community in Sigi Regency takes advantage of this opportunity as a good breeding business opportunity to grow. Subsector Farms in Sigi District can be used as the base of development of the people's business because this subsector is promising as an alternative effort to create development ideals that empower the economy of the people and touch the community directly. People's farms are a very potential farming farm to develop and play a big role for the development of cattle beef populations and contribute dominant family income after food crops farming. The problem is how the cattle marketing channel is a fattening in Sigi Biromaru Sub-district of central Sulawesi

province. The research aims to determine the form of a feedlot marketing channel in Sigi Biromaru Sub-district of central Sulawesi province. The research location was determined intentionally (purposive), with the census research method, and implemented in July to August 2017. The results showed that the cow's marketing channels were fattening in Sigi Biromaru sub-district through 3 marketing channels namely; (1) channel I; Farmers to intermediaries to collectors to retailers/cutters to consumers, (2) channel II; Farmers to collectors to retailers/cutters to consumers, (3) channel III; Producers to retailers/cutters to consumers.

Keywords: marketing channels, cow feedlot results

PENDAHULUAN

Salah satu subsektor pertanian yang sudah lama dipromosikan sebagai pertumbuhan baru adalah peternakan. Rencana pembangunan peternakan jangka panjang berbeda dalam ruang tahun 2005-2020. Dalam ruang waktu itu, telah berlangsung pasar bebas regional dan pasar bebas (WTO) tahun 2020. Rencana pembangunan jangka panjang yang baru, mengantarkan bangsa Indonesia memasuki masa globalisasi dunia atau memasuki dunia baru yang sudah mengalami banyak perubahan.

Hampir seluruh negara mengenal dengan baik tentang komoditas sapi yang merupakan penghasil bahan makanan bergizi tinggi. Hal ini memperlihatkan bahwa hanya dengan memanfaatkan keunggulan komparatif dan meningkatkan daya saing, ada peluang bagi Indonesia untuk menjadikan ternak Indonesia sebagai produk dunia, paling tidak dalam upaya memenuhi permintaan dalam negeri.

Subsektor peternakan merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang menyumbang pertumbuhan perekonomian nasional, dibuktikan dengan laju pertumbuhan yang selalu bernilai positif dan kontribusi yang cenderung meningkat (Ditjennak, 2013). Sudarmono dan Sugeng (2008), menyatakan bahwa ternak sapi potong merupakan salah satu penghasil daging yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan penting artinya di dalam kehidupan masyarakat. Selain mengandung gizi yang tinggi, daging sapi juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Menurut Ilham (2009), daging sapi merupakan komoditas peternakan yang bersifat *high income elastic*.

Terdapat dua pelaku utama dalam industri sapi potong di Indonesia yaitu peternak rakyat dan perusahaan berbadan hukum (swasta dan BUMN). Perbedaan diantara keduanya terletak pada skala usaha, permodalan, dan pemeliharaan. Peternak rakyat umumnya memiliki skala usaha relatif kecil, permodalan terbatas, sistem pemeliharaan tradisional dalam bentuk usaha pembibitan maupun penggemukan (Suryana, 2009; Sunari dkk., 2010; Ashari dkk., 2012).

Dilihat lebih jauh lagi, kondisi peternakan sapi potong saat ini belum menggembirakan. Fenomena ini dapat dilihat dari pertumbuhan populasi ternak sapi potong yang masih rendah yaitu sebesar 5,33%/tahun atau kurang lebih 655.500 ekor/tahun dari populasi 9.867.522 ekor pada tahun 2003 menjadi 14.805.053 ekor pada tahun 2011 (Anonim, 2011).

Melihat fenomena dan kenyataan di atas, masyarakat peternakan di Kabupaten Sigi memanfaatkan kesempatan tersebut sebagai peluang usaha peternakan yang baik untuk ditumbuh kembangkan. Subsektor peternakan di Kabupaten Sigi dapat dijadikan basis pengembangan usaha rakyat karena subsektor ini cukup menjanjikan sebagai alternatif upaya menciptakan cita-cita pembangunan yang memberdayakan perekonomian rakyat dan subsektor ini menyentuh langsung masyarakat bawah. Peternakan rakyat merupakan usaha peternakan yang sangat potensial untuk dikembangkan dan memegang peranan yang besar bagi perkembangan populasi ternak khususnya ternak sapi potong dan menyumbang pendapatan keluarga yang dominan setelah pertanian tanaman pangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Sigi Biromaru adalah salah satu kecamatan yang memiliki kelompok penggemukan sapi di Kabupaten Sigi. Penelitian dilaksanakan bulan Juli sampai bulan Agustus 2017. Populasi dalam penelitian adalah himpunan keseluruhan objek yang diteliti yang terdiri dari peternak dan pedagang. Pengambilan data responden dilakukan secara *sensus* yakni mengambil semua ketua kelompok peternak (20 kelompok) sehingga responden peternak 20 orang dan semua pedagang sapi (11 orang) di Kecamatan Sigi Biromaru.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan dari penelitian ini, maka metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yakni menelusuri jalur pemasaran sapi hasil penggemukan dari kelompok penggemukan sampai konsumen, berbentuk gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden, memberikan data dan gambaran tentang karakteristik responden yang berbeda-beda. Adapun karakteristik yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi : umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha.

Tabel 1. Klasifikasi Umur Responden di Kecamatan Sigi Biromaru, Tahun 2017.

No	Umur (tahun)	Peternak (orang)	Pedagang Perantara (orang)	Pedagang Pengmpul (orang)	Pengecer (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	25 - 35	1	1	-	-	2	6,45
2	36 - 45	11	-	1	-	12	38,71
3	46 - 55	8	-	5	4	17	54,84
Jumlah		20	1	6	4	31	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Tabel 2. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden di Kecamatan Sigi Biromaru, Tahun 2017.

No	Tingkat Pendidikan	Peternak (orang)	Pedagang Perantara (orang)	Pedagang Pengmpul (orang)	Pengecer (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	9	-	1	1	11	35,48
2	SMP	6	-	1	2	9	29,03
3	SMA	5	1	4	1	11	35,48
Jumlah		20	1	6	4	31	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Tabel 3. Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Kecamatan Sigi Biromaru, Tahun 2017.

No	Jumlah Tangg. Keluarga (orang)	Peternak (orang)	Pedagang Perantara (orang)	Pedagang Pengmpul (orang)	Pengecer (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2-4	12	1	2	3	18	58,06
2	5-7	8	-	4	1	13	41,94
Jumlah		20	1	6	4	31	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Tabel 4. Klasifikasi Pengalaman Berusaha Responden di Kecamatan Sigi Biromaru, Tahun 2017.

No	Penglman Berusaha (thn)	Peternak (orang)	Pedagang Perantara (orang)	Pedagang Pengmpul (orang)	Pengecer (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<p><i>(Note: This table content is partially obscured in the image. The visible data points are: Row 1: 12, 1, 2, 3, 18, 58,06; Row 2: 8, -, 4, 1, 13, 41,94; Row 3: 20, 1, 6, 4, 31, 100.)</i></p>							

1	1-10	2	1	1	-	4	12,90
2	11-20	11	-	4	2	17	54,84
3	21-30	7	-	1	2	10	32,26
Jumlah		20	1	6	4	31	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Dari saluran pemasaran yang digambarkan di atas menunjukkan bahwa pemasaran sapi hasil penggemukan di Kecamatan Sigi Biromaru merupakan pemasaran tidak langsung, karena para peternak memasarkan sapi hasil penggemukan tidak ada yang langsung kekonsumen, tapi melalui perantara, pengumpul dan pemotong (pengecer).

Pemasaran di Tingkat Peternak.

Pemasaran sapi hasil penggemukan ditingkat peternak selain dilakukan di kandang, juga melalui pasar yang ada di Biromaru dan Maranata. Hal ini dilakukan karena kedua pasar tersebut tidak terlalu jauh dari kandang tempat penggemukan, sehingga tidak menambah biaya pemasaran. Alasan lainnya adalah kedua pasar tersebut termasuk pasar besar/ramai yang berada di Kecamatan Sigi Biromaru.

Pemasaran di Tingkat Pedagang Perantara.

Pedagang perantara adalah pedagang yang membeli sapi dari peternak yang ada di pasar dan langsung dijual pada saat itu juga, sehingga pedagang perantara memiliki risiko kecil sebagai pedagang. Pedagang perantara sangat cekatan dalam berusaha, dan biasanya sudah memiliki pelanggan.

Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul.

Pedagang pengumpul memiliki modal yang lebih besar dibanding pedagang perantara, sehingga dengan modal yang dimiliki pedagang pengumpul dapat membeli lebih banyak. Pedagang pengumpul juga memiliki pelanggan untuk menjual kembali sapi yang sudah dibeli dari peternak dan perantara.

Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengecer/Pemotong.

Pedagang pengecer/ pemotong adalah pedagang yang menjual sapi dalam bentuk yang sudah dipotong. Sapi yang dibeli dari peternak, pedagang perantara maupun pengumpul dari kandang dan pasar dipotong terlebih dahulu sebelum dipasarkan. Pedagang pengecer menjual sapi dalam bentuk kulit, daging, tulang dan daging serta jeroan di pasar yang ada di Biromaru, Maranata dan Palu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan dan telah diuraikan, diperoleh kesimpulan bahwa saluran pemasaran sapi hasil penggemukan di Kecamatan Sigi Biromaru melalui 3 saluran pemasaran yaitu : Saluran Pemasaran I : Peternak Perantara Pengumpul Pengecer/Pemotom Konsumen. Saluran Pemasaran II : Peternak Pengumpul Pengecer/Pemotong Konsumen. Saluran Pemasaran III: Peternak Pengecer/Pemotong Konsumen.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan lebih lengkap, diperlukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan menghitung margin pemasaran sapi hasil penggemukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anonim. 2011. *Rilis hasil awal pspk 2011, Kementerian Pertanian-Badan Pusat Statistik*. Available at <http://www.Ditjennak.deptan.go.id>. Accession date: 27 Juli 2017.
- Anonim, 2008. *Pengembangan Jagung*. Tabloid Sinar Tani. Edisi Mei 2008.
- Anonim, 2003. *Statistik Peternakan*. Direktorat jenderal Peternakan Departemen Pertanian, Jakarta.
- Ashari, N. Ilham dan S. Nuryanti. 2012. *Dinamika Program Swasembada Daging Sapi: Reorientasi Konsepsi dan Implementasi*. Analisis Kebijakan Pertanian, Vol 10 N0 2, Juni 2012.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2013. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2013*. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Jakarta.
- Hernowo, 2006. *Prospek Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Potong*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Ilham, N. 2009. *Kelangkaan Produksi Daging: Indikasi dan Implikasi Kebijakannya*. Analisis Kebijakan Pertanian, Vol 7 N0 1, Juni 2009.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mohar, 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Suarda, 2009. *Saluran Pemasaran Sapi Potong di Sulawesi Selatan*. Jurnal Sains & Teknologi. Vol IX (2), Agustus 2009
- Sudarmono, A.S dan Sugeng, Y.B., 2008. *Sapi Potong*. Penebar Swadaya ; Jakarta.

- Sumitra, J., T.A. Kusumastuti dan Rini Widiati, 2013. *Pemasaran Ternak Sapi Potong Di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan*. Buletin Peternakan Vol. 37 (1), Februari 2013.
- Sunari, A., N. Avianto, M.N. Ritinov. 2010. *Naskah Kebijakan: Strategi dan Kebijakan dalam Percepatan Pencapaian Swasembada Daging Sapi 2014*. Direktorat Pangan dan Pertanian, BAPPENAS, Jakarta.
- Suryana. 2009. *Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong Berorientasi Agribisnis dengan Pola Kemitraan*. Jurnal Litbang Pertanian, Jakarta.
- Widiyaningrum, P. 2005. *Motivasi Keikutsertaan Peternak Sapi Potong pada Sistem Kandang Komunal (Studi Kasus di Kabupaten Bantul Yogyakarta)*. <http://www.akademik.unsri.ac.id/download/journal/files/udejournal/priyantini>
- Yulia, T.S., 2008. *Peluang Pengembangan Jagung Untuk Ekspor*. Tabloid Sinar Tani, Edisi Agustus 2008.
- Yuliati, Z. Fanani dan Budi Hartono, 2014. *Analisis Profitabilitas Usaha Penggemukan Sapi Potong (Studi Kasus di Kelompok Ternak “Gunungrejo Makmur II” Desa Gunungrejo Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan)*.