

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu tujuan pembangunan sektor pertanian adalah terpenuhi kebutuhan pangan penduduk. Hal ini dapat dicapai melalui swasembada pangan. Swasembada pangan dalam arti luas yaitu tidak hanya pada beras, tetap mencakup kebutuhan pangan rakyat secara total. Keberhasilan swasembada pangan secara luas ini, diharapkan akan mendorong terciptanya sumber pangan yang berkelanjutan.

Peternakan sapi potong rakyat sejauh ini harus tetap menjadi fokus pembinaan, sejalan dengan kontribusinya dalam penyediaan daging yang masih sangat dominan (memenuhi sekitar 90% dari seluruh kebutuhan daging nasional), penyediaan tenaga kerja, penyerapan lapangan kerja, perolehan manfaat finansial dan manfaat ekonomi serta penghematan devisa yang cukup besar (Kuswarya, 2004).

Sapi potong merupakan penyumbang daging terbesar dari kelompok ruminansia terhadap produksi daging nasional sehingga usaha ternak ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai usaha yang menguntungkan. Sapi potong merupakan salah satu ternak penghasil daging di Indonesia. Namun, produksi daging sapi dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhan karena populasi dan tingkat produktivitas ternak rendah.

Sapi potong telah lama dipelihara oleh sebagian masyarakat sebagai tabungan dan tenaga kerja untuk mengolah tanah dengan manajemen pemeliharaan secara tradisional. Pola usaha ternak sapi potong sebagian besar berupa usaha rakyat untuk menghasilkan bibit atau penggemukan, dan pemeliharaan secara terintegrasi dengan tanaman pangan maupun tanaman perkebunan. Pengembangan usaha ternak sapi potong berorientasi agribisnis dengan pola kemitraan merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan keuntungan peternak.

Seiring dengan perkembangan ternak sapi potong dan meningkatnya permintaan akan daging sapi, maka sangat diperlukan usaha pemasaran sapi potong untuk menjamin ketersediaan daging sapi yang mencukupi kebutuhan konsumen. Kebutuhan akan konsumsi daging sapi setiap tahun selalu meningkat, sementara itu

pemenuhan akan kebutuhan selalu negatif, artinya jumlah permintaan lebih tinggi dari pada peningkatan daging sapi sebagai konsumsi dimana sapi potong sebagai salah satu usaha perlu terus dikembangkan, terutama usaha peternakan sapi potong yang bersifat usaha keluarga.

Usaha peternakan sapi potong saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat, sehingga membuka dan menyerap tenaga kerja. Usaha peternakan dapat menjadi tumpuan pendapatan keluarga (sumber penghasilan). Berdasarkan skala usahanya, usaha sapi potong ada yang bersifat usaha sampingan, cabang usaha dan ada juga sebagai usaha komersil. Meskipun usaha peternakan sapi potong berbeda-beda sifat usahanya, namun setiap usaha tersebut membutuhkan perencanaan, pelaksanaan dan analisis usaha yang baik agar dapat memberikan keuntungan (hasil yang maksimal).

Agribisnis sebagai suatu pendekatan pengelolaan usaha yang secara menyeluruh, maka penanganan peternakan sebagai rangkaian kegiatan beberapa sub sistem yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain. Sub-sub sistem tersebut dapat dijabarkan dalam bentuk kegiatan peternakan (*on-farm activities*) dan kegiatan luar peternakan (*of-farm activities*) yang mencakup: 1) pengadaan sarana produksi; 2) industri pengolahan hasil; 3) tataniaga; dan 4) jasa-jasa penunjang (Priyadi, 2004).

Usaha peternakan sapi potong di Indonesia khususnya menyangkut jalur pemasaran sapi potong belum banyak di atur oleh pemerintah. Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak di kuasai oleh lembaga lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar seperti blantik, pedagang pengumpul dan jagal. Masing-masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran.

Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh pedagang perantara. Keberadaan pedagang perantara di sisi lain sangat membantu petani dalam memasarkan ternaknya dan memudahkan petani. Jalur pemasaran yang tidak efisien/relatif panjang menyebabkan kerugian baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumennya terbebani dengan beban biaya pemasaran yang berat untuk membayar dengan harga yang tinggi. Sedangkan bagi peternak, perolehan pendapatan menjadi lebih rendah karena harga penjualan yang diterima jauh lebih rendah. Dalam

menciptakan sistem pemasaran yang efisien serta menguntungkan baik peternak maupun konsumen, maka peternak harus memilih jalur pemasaran yang pendek (Fanani,2000).

Pemasaran merupakan proses lanjutan dari proses produksi sehingga pemasaran mempunyai peranan penting bagi usaha peternakan. Pemasaran diperlukan untuk menyampaikan produk peternakan ke konsumen. Dalam setiap saluran pemasaran sapi potong akan melibatkan berbagai lembaga pemasaran. Saluran pemasaran sapi potong yang ditempuh oleh peternak yaitu : 1) Peternak yang langsung menjual ternaknya kepada konsumen akhir; 2) peternak menjual melalui lembaga pemasaran seperti: pedagang pengumpul, pengecer, pedagang besar, pedagang antar pulau atau bahkan kepada pengusaha pemotong seperti penjual daging kiloan. Keberadaan pedagang perantara di sisi lain sangat membantu petani dalam memasarkan ternaknya dan memudahkan petani.

Provinsi Jambi merupakan salah satu wilayah yang banyak terdapat usaha ternak sapi potong. Hal ini dapat dilihat dari populasi ternak sapi potong di Provinsi Jambi sebagai berikut:

Tabel 1. Populasi Ternak Sapi Potong Per Kabupaten/Kota (Ekor) 2017-2019

Kabupaten/ Kota	Populasi Sapi Potong (ekor)		
	2017	2018	2019
Kerinci	13.039	13.244	13.736
Merangin	16.794	17.136	19.197
Sarolangun	9.225	9.562	9.963
Batanghari	7.536	7.536	7.536
Muaro Jambi	22.412	21.786	19.415
Tanjabt	18.517	20.480	21.693
Tanjabbar	8.306	8.672	8.984
Tebo	18.690	18.276	19.682
Bungo	31.129	35.984	39.879
Kota Jambi	2.957	2.314	1.922
Sungai Penuh	4.614	4.198	4.660
Provinsi Jambi	153.220	159.187	166.667

Sumber : BPS Provinsi Jambi 2022

Dari 11 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Jambi, maka Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan salah satu kabupaten yang banyak terdapat ternak sapi

potong. Adapun populasi ternak sapi di Kabupaten Tanjung Jabung Timur dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Populasi Ternak Sapi di Kabupaten Tanjung Jabung Timur (ekor)

Tahun	Sapi (ekor)
2015	16,961
2014	14,506
2013	12,266
2012	14,703
2011	13,327

Sumber : BPS Kabupaten Tanjung Jabung Timur 2022

Salah satu usaha jual beli ternak sapi adalah Usaha G Rahayu Jaya Mulya, dimana Usaha ini membeli ternak dari petani yang berada di wilayah Tanjung Jabung Timur dan dijual kembali kepada konsumen, sapi yang diperoleh tidak hanya dijual ke konsumen yang berada di wilayah tersebut melainkan sampai keluar daerah, seperti Tanjung Pinang. Penjualan ternak ke luar daerah ini dilakukan pada saat hari raya Idul Adha tahun lalu. Selain melakukan jual beli ternak, Usaha G Rahayu Jaya Mulya ini juga melakukan usaha penjualan produk peternakan, seperti menjual daging sapi segar, daging giling dan bakso.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran sapi potong di Desa Kota Baru Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur?
2. Bagaimana margin pemasaran sapi potong di Desa Kota Baru Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran usaha ternak sapi dan penggilingan bakso dalam Usaha Peternakan Sapi Potong sampai kepada konsumen.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran pada Usaha Peternakan Sapi Potong.

1.4. Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan informasi kepada peternak dalam memasarkan ternaknya melalui jalur mana yang akan digunakan agar efisien.
2. Sebagai bahan informasi dan kontribusi dalam pengembangan serta pedoman untuk meneliti lebih lanjut.