

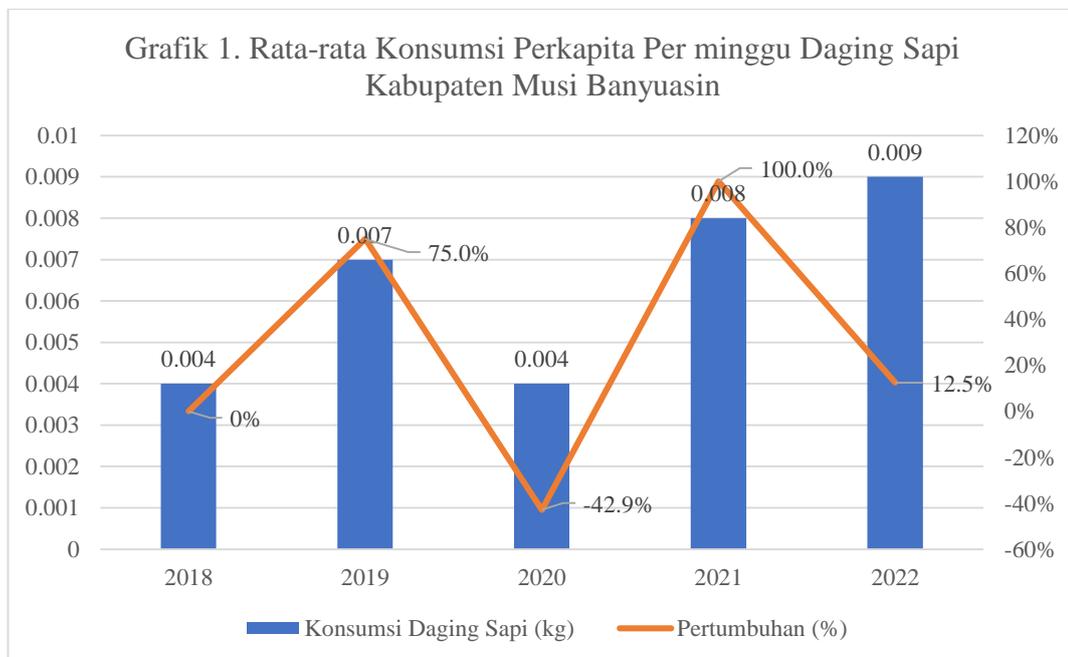
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

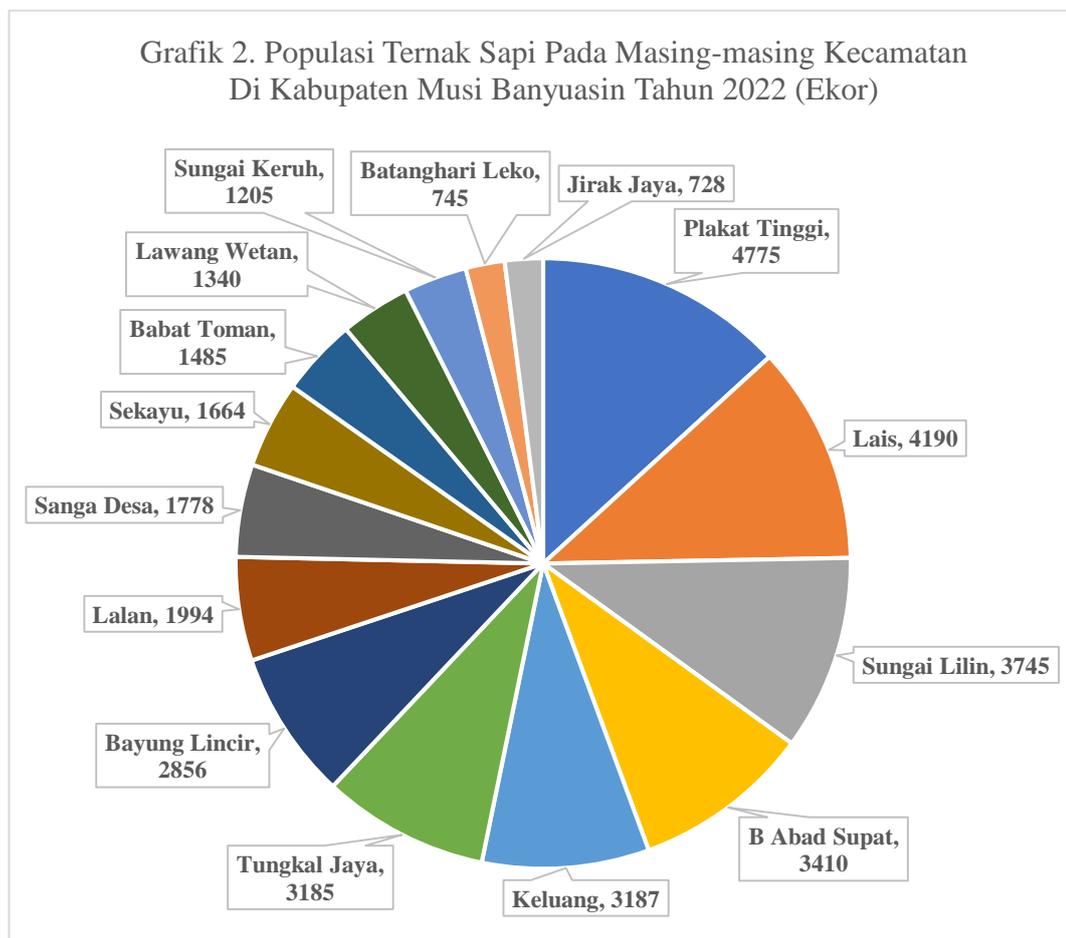
Kabupaten Musi Banyuasin adalah salah wilayah yang memiliki potensi pasar ternak sapi yang besar karena berada diantara wilayah Palembang dan Jambi, oleh karenanya menjadikan peluang yang baik untuk mengembangkan dan memperjualbelikan ternak sapi di Kabupaten Musi Banyuasin.

Kondisi tersebut didukung dari data BPS Kabupaten Musi Banyuasin dalam 5 tahun terakhir selalu menunjukkan kenaikan rata-rata konsumsi per-kapita per minggu daging sapi di Kabupaten Musi Banyuasin. Data Grafik 1 menunjukkan bahwa persentase perubahan konsumsi daging sapi di Kabupaten Musi Banyuasin dari tahun 2018 sampai 2022 mengalami kenaikan. Persentase kenaikannya mencapai angka 36,2% yang menunjukkan bahwa angka kenaikan tersebut cukup besar. Naiknya konsumsi daging sapi dapat meningkatkan permintaan pasar akan ternak sapi. Hal ini mendorong para peternak harus memproduksi lebih banyak ternak sapi untuk memenuhi permintaan akan daging sapi.



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Banyuasin, 2022

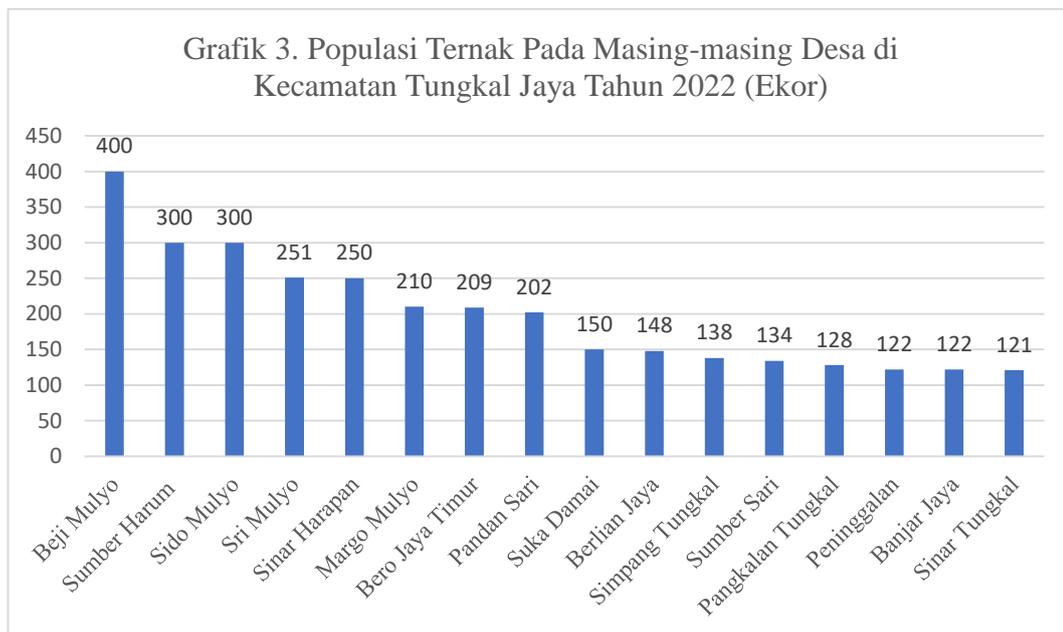
Permintaan daging sapi yang tinggi harus ditunjang dengan populasi ternak sapi yang tinggi pula. Populasi ternak sapi di Kabupaten Musi Banyuasin menurut data BPS (2022) mencapai angka 36.287 ekor sapi yang menunjukkan angka dari populasi ternak sapi yang tinggi. Kabupaten Musi Banyuasin memiliki wilayah dengan populasi ternak sapi yang cukup banyak yaitu di Kecamatan Tungkal Jaya dengan mengembangkan ternak sapi yang berbasis pada sumber daya lokal. Menurut BPS (2022) terlihat wilayah Kecamatan Tungkal Jaya berada di urutan ke-6 dengan jumlah populasi ternak sapi terbanyak persentasenya mencapai angka 8,8%. Hal ini dapat menjadi faktor penyokong kebutuhan ternak sapi di Kabupaten Musi Banyuasin.



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Banyuasin, 2022

Selain itu, kebutuhan daging sapi juga terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk di wilayah tersebut. Data BPS (2022) menunjukkan jumlah ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya berjumlah 3.185 ekor pada tahun

2022 yang tersebar di setiap desa. Populasi ternak sapi di setiap desa menurut BP3K (2022) di Kecamatan Tungkal Jaya menunjukkan jumlah yang cukup bervariasi perkembangan populasi ternak sapi di setiap desa. Populasi ternak sapi yang terbesar berada di Desa Beji Mulyo dengan jumlah persentase 12,5% dengan jumlah 400 ekor ternak sapi dan jumlah populasi ternak sapi yang terkecil berada di Desa Sinar Tungkal dengan jumlah persentase 3,79 % dengan jumlah 121 ekor ternak sapi.



Sumber: Kantor BP3K Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin, 2022

Populasi ternak sapi yang banyak dapat menunjang kebutuhan masyarakat dalam hal penyediaan daging sapi. Semakin banyak jumlah ternak sapi yang di pelihara, semakin besar pula kemungkinan untuk memenuhi permintaan konsumen akan daging sapi. Menurut Alhafis dan Purwanti (2020) permintaan konsumen akan daging sapi terus meningkat seiring dengan perbaikan taraf hidup, peningkatan pendapatan, dan peningkatan jumlah penduduk. Menurut sapi Astati dkk (2016) usaha sapi dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus saja meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ke tahun terus menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi.

Semakin meningkatnya permintaan konsumen akan ternak sapi dapat dijadikan peluang bagi para pedagang ternak sapi untuk menjual sapi. Pedagang ternak sapi adalah orang yang membeli dan menjual sapi untuk dijual kembali atau dipotong. Menurut Lasaharu dan Boekoesoe (2020) beberapa pedagang sapi diantaranya adalah blantik yaitu bertemu langsung dengan peternak melakukan transaksi secara tunai maupun kontrak untuk pembelian ternak sapi. Kemudian pedagang pengumpul yaitu pedagang yang membeli ternak sapi dari blantik dengan harga yang relatif kecil. Pedagang ternak sapi dapat bekerja secara lokal di wilayah tertentu atau beroperasi di tingkat nasional. Tujuan utama pedagang adalah mencari keuntungan dengan memanfaatkan fluktuasi harga serta permintaan dan pasokan dalam industri peternakan.

Pedagang memperjualbelikan ternak sapi di pasar ternak sapi. Pemasaran ternak sapi lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha kecil seperti blantik, pedagang pengumpul dan jagal. Masing-masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai berada ditangan konsumen (Alamsyah, 2015).

Jalur yang digunakan untuk menyalurkan ternak sapi dari peternak ke konsumen akhir adalah saluran pemasaran ternak sapi. Saluran pemasaran ternak sapi dapat bervariasi tergantung pada lokasi dan kebiasaan masyarakat setempat. Saluran pemasaran dapat melibatkan beberapa pihak seperti peternak, pengepul, pedagang, dan konsumen (Sumantri, 2013). Menurut Khaliq (2011) tujuan dari saluran pemasaran adalah untuk memudahkan distribusi ternak sapi dari peternak ke konsumen akhir. Saluran pemasaran dapat mempengaruhi harga jual ternak sapi, dan peternak dapat memilih saluran pemasaran yang paling menguntungkan (Suek, 2009). Jalur pemasaran yang tidak efisien atau relatif panjang menyebabkan perbedaan harga yang tidak sesuai baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumennya terbebani dengan beban biaya pemasaran yang berat untuk membayar dengan harga yang tinggi. Sedangkan bagi peternak, harga nilai jual

ternak sapi menjadi relatif menjadi rendah bila dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjualnya langsung kepada konsumen (Fitriani dkk., 2015).

Saluran pemasaran yang tepat dan efektif sangat penting untuk memaksimalkan margin pemasaran ternak sapi. Margin pemasaran ternak sapi adalah selisih antara harga jual ternak sapi dan biaya produksi serta biaya pemasaran. Menurut pendapat Haryani dkk (2013) nilai margin pemasaran adalah perbedaan harga pada kedua tingkat sistem pemasaran dikalikan dengan kuantitas produk yang dipasarkan. Cara perhitungan ini sama dengan konsep nilai tambah (*value added*). Margin pemasaran ternak sapi mengacu pada selisih antara harga jual ternak dengan biaya produksi dan pemasaran. Hal ini merupakan faktor penting dalam menentukan profitabilitas peternakan sapi dan pemasaran. Margin dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti saluran pemasaran, biaya transportasi, komisi, biaya grading, sortasi, dan volume penjualan (Ibrahim, 2013). Margin biasanya didistribusikan di antara berbagai pelaku dalam rantai pemasaran, termasuk petani, pedagang, dan tengkulak.

Margin pemasaran yang tinggi ataupun rendah sangat mempengaruhi efisiensi pemasaran ternak sapi. Secara umum efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dinyatakan dengan persen (Lasaharu dan Boekoesoe, 2020). Efisiensi pemasaran ternak sapi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti margin pemasaran, biaya pemasaran, dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kekacauan pasok. Efisiensi pemasaran juga dipengaruhi oleh pola pemasaran dan faktor lain diluar model pemasaran, sedangkan margin pemasaran juga ditentukan oleh penerimaan dan dikurangi biaya yang dikeluarkan selama proses produksi (Dermawan dkk, 2018). Menurut pendapat Hartono (2020) bahwa efisiensi pemasaran ternak sapi dapat bervariasi tergantung pada lokasi dan faktor-faktor lainnya.

Pemasaran ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana saluran pemasaran ternak sapi di daerah tersebut berfungsi, seberapa besar margin yang diterapkan oleh para pelaku usaha dalam

setiap tahap saluran pemasaran, serta efisiensi pemasaran ternak sapi. Hal ini akan membantu mengidentifikasi potensi perbaikan atau inovasi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan peternak di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin”.

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran pemasaran ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.
2. Menganalisis besarnya margin pemasaran ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.

1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu sosial ekonomi peternakan khususnya peternakan sapi berupa saluran, margin, dan efisiensi pemasaran ternak sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.
2. Penelitian ini juga bermanfaat dalam aplikasi pengembangan peternakan sapi berupa :
 - a. Pedagang sapi sebagai bahan informasi mengenai penjualan dan harga ternak sapi.
 - b. Pemerintah Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin sebagai bahan informasi untuk penyusunan kebijakan pembangunan peternakan khususnya mengenai pasar.
 - c. Peneliti lain sebagai bahan penelitian lebih lanjut.