

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor peternakan merupakan salah satu sektor yang berkembang dan memiliki potensi atau prospek usaha yang baik. Perkembangan sektor peternakan tidak hanya dilakukan pada peningkatan proses produksi saja tetapi diperluas pada paska panen seperti pengolahan dan pemasaran hewan. Permasalahan dalam bidang pemasaran hewan merupakan suatu hal yang banyak terjadi di berbagai negara termasuk Indonesia, hal ini dapat terjadi karena kurangnya keterampilan untuk mempraktikkan unsur unsur manajemen dalam hal efisiensi pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, menentukan harga, serta mendistribusikan sapi potong kepada konsumen sebagai proses lanjutan dari proses produksi. Pemasaran memegang peranan penting terhadap kesejahteraan dari para peternak karena penggunaan sistem pemasaran yang efisien dapat memberikan keuntungan untuk peternak. Besar kecilnya biaya pemasaran dalam bidang peternakan dapat disebabkan dari berbagai macam faktor seperti jenis komoditi peternakan, jumlah lembaga atau pelaku pemasaran, lokasi usaha dan efektifitas pemasaran (Alamsyah, et al., 2015).

Usaha peternakan sapi potong di Indonesia hingga saat ini belum banyak diatur oleh pemerintah khususnya pada bidang saluran pemasaran. Saluran pemasaran sapi potong di Indonesia masih dilakukan secara sederhana dimana jalur yang dilewati dari peternak hingga ke tangan konsumen masih panjang. Menurut Sumantri, et al., (2013) saluran pemasaran yang panjang dapat menjadikan bertambahnya biaya pemasaran.

Perpindahan ternak sapi hingga ke tangan konsumen dapat melalui beberapa lembaga yang berkaitan dalam kegiatan pemasaran. Setiap lembaga pemasaran memiliki tugas dan fungsi pemasaran yang berbeda sehingga mengakibatkan adanya peningkatan dari biaya pemasaran. Hal tersebut menjadikan pemasaran sapi potong tidak berjalan dengan efisien.

Saluran pemasaran yang tidak efisien akan menyebabkan kerugian baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Saluran pemasaran yang efisien dapat terjadi apabila peternak mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan harga semurah-murahnya dan dapat memberikan pembagian keuntungan secara adil kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi (Rahardi, 2000). Efisiensi saluran pemasaran dapat diukur dengan beberapa indikator seperti perhitungan margin pemasaran dan *farmer's share* yang diperoleh pada masing-masing saluran pemasaran yang terjadi (Merweer, et al., 2022). Analisis saluran dan biaya pemasaran sapi potong perlu dilakukan sebagai upaya untuk menginformasikan saluran dan distribusi pemasaran yang terjadi dan seberapa besar jumlah margin yang dihasilkan, mengetahui bentuk saluran pemasaran sapi potong di pasar hewan Bangsri dari mana, dijual oleh peternak sebagai penjual secara langsung atau dijual melalui pedagang perantara, kemudian pembeli berasal dari mana, tujuan sapi potong dibeli untuk dijual kembali, ditenakkan atau dipotong.

Biaya pemasaran sapi potong di pasar hewan Bangsri merupakan biaya yang dikeluarkan untuk proses menjual sapi potong dari peternak sampai ke pembeli, biaya pemasaran akan semakin besar apabila semakin banyak pihak yang terlibat dalam proses jual beli sapi potong. Biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam proses menjual sapi potong berupa biaya transportasi sapi dari peternak menuju ke pedagang perantara, kemudian pakan yang dikeluarkan ketika sapi berada dikandang peternak sebagai

penjual, keuntungan pedagang perantara, biaya administrasi yang dikeluarkan untuk proses jual beli sapi. Proses jual beli sapi dapat juga dilakukan dengan proses yang lebih efisien yaitu peternak sebagai penjual menjual sapi potong ke pasar hewan dengan bertemu secara langsung dengan pembeli sehingga dapat memangkas biaya yang dikeluarkan. Perhitungan biaya pemasaran dilakukan untuk mengetahui efisiensi biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran sapi potong dan berapa *farmer share* yang diterima oleh peternak.

Pasar hewan Bangsri berlokasi di kecamatan Bangsri, kabupaten Jepara dibawah naungan pemerintah Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Jepara yang mengawasi kesehatan hewan dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) merupakan pelaksana urusan pemerintahan di bidang perindustrian, perdagangan, dan pengelolaan pasar. Pasar hewan memiliki waktu buka sesuai dengan kalender Jawa pada hari pasar Pon, penjual dan konsumen dapat melakukan transaksi jual beli hewan ternak secara langsung, pembeli hewan ternak di pasar hewan Bangsri berasal dari luar daerah kabupaten Jepara, diantaranya yaitu kabupaten Semarang, kota Jakarta, dan daerah lainnya.

Pemilihan lokasi penelitian di pasar hewan Bangsri, kecamatan Bangsri, kabupaten Jepara memiliki tujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, jenis sapi potong yang dijual di pasar hewan Bangsri, dan mengetahui biaya pemasaran sapi potong. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai analisis saluran pemasaran dan biaya pemasaran sapi potong di pasar hewan Bangsri, kecamatan Bangsri, kabupaten Jepara. Berdasarkan uraian diatas maka

dilakukan penelitian mengenai analisis saluran pemasaran dan biaya pemasaran sapi potong di pasar hewan Bangsri, Kecamatan Bangsri, Kabupaten Jepara.

Rumusan Masalah

Berdasarkan berbagai macam uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran dan biaya pemasaran sapi potong di Pasar Hewan Bangsri, Kecamatan Bangsri, Kabupaten Jepara ?.
2. Bagaimana efisiensi pemasaran sapi potong di Pasar Hewan Bangsri, Kecamatan Bangsri, Kabupaten Jepara ?.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, jenis sapi potong yang dijual di pasar hewan Bangsri.
2. Mengetahui harga jual sapi potong yang diterima pembeli dan tujuan pembelian sapi potong.
3. Mengetahui biaya pemasaran sapi potong di pasar hewan Bangsri, Kecamatan Bangsri, Kabupaten Jepara.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi peternak, penelitian ini dapat berguna sebagai panduan dan referensi dalam menentukan saluran pemasaran yang efisien.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha peternakan sapi potong.