

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Daging sapi merupakan salah satu komoditas pangan yang selama ini memberikan andil terhadap perbaikan gizi masyarakat, khususnya protein hewani yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Seiring meningkatnya perkembangan jumlah penduduk dan perbaikan taraf hidup penduduk di Indonesia, maka permintaan produk-produk untuk pemenuhan gizi pun semakin meningkat, begitu pula dengan permintaan daging sapi.

Sepanjang tahun 2015 total sapi yang dipotong di Rumah Pemotongan Hewan (RPH) Giwangan tercatat sebanyak 5.777 ekor yang menghasilkan karkas 940.159 ton. Secara statistik pertanian, jumlah sapi potong di Kota Jogja masih mencukupi, namun secara statistik perdagangan ketersediaannya masih kurang. Hal ini disebabkan sapi yang sudah siap potong dari peternak ditahan untuk tidak dijual, karena kondisi yang tidak menguntungkan bagi peternak seperti rendahnya harga jual di pasar (Sumadiyono, 2016)

Permasalahan utama pada komoditas daging sapi adalah masalah fluktuasi harga yang tinggi. Oleh karena itu, upaya stabilisasi harga daging sapi menjadi sangat penting untuk terus dilakukan. Kebijakan untuk komoditi daging sapi harus memperhatikan aspek kesinambungan sehingga kebijakan pengendalian harga daging sapi benar-benar mampu menahan pergerakan harga yang bergerak secara tidak terkendali (Emhar, 2014). Harga merupakan salah satu bagian yang penting

dalam pemasaran, harga juga merupakan nilai tukar dari produk maupun jasa, dan harga adalah salah satu penentu keberhasilan.

Menurut Adriansya (2014) harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainya menghasilkan biaya. Penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh. Penyebab utama melonjaknya harga daging sapi disebabkan oleh kelangkaan daging sapi dari sentra produksi ke sentra konsumen. Hal ini menyebabkan tidak tercapainya keseimbangan penawaran dan permintaan. Permintaan daging sapi yang tinggi menuntut para produsen daging untuk melakukan upaya pengaturan jumlah pasokan daging sapi agar terjadi kesesuaian antara jumlah permintaan konsumen dengan daging sapi yang ditawarkan.

Pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Yogyakarta merupakan bagian dari jasa perdagangan yang mempunyai peranan penting terhadap aktivitas pemasaran. Peranan pedagang pengecer di Kota Yogyakarta khususnya pada aktivitas pemasaran daging sapi sudah berlangsung cukup lama dan mampu memenuhi permintaan daging sapi baik dalam jumlah, bentuk maupun waktu yang diinginkan oleh pihak konsumen. Aktivitas pemasaran daging sapi yang dilaksanakan oleh pedagang pengecer di pasar tradisional Kota Yogyakarta didukung oleh adanya kelancaran dalam pemasaran daging sapi melalui rumah potong hewan maupun yang langsung dari peternak sapi.

Tingginya tingkat keuntungan yang diperoleh pedagang digunakan sebagai parameter tingkat efisiensi dalam penggunaan sumberdaya yang dimiliki.

Besarnya keuntungan usaha pedagang tergantung pada besarnya penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu yang ditetapkan. Besarnya penerimaan yang diperoleh dipengaruhi oleh total penjualan dan harga yang ditetapkan oleh pedagang. Semakin besar volume penjualan, maka semakin besar jumlah penerimaan yang diperoleh oleh pedagang. Adapun variabel-variabel lain yang mempengaruhi tingkat pendapatan adalah lama usaha, jam kerja pedagang, dan lokasi usaha. Didalam menjalankan suatu usaha, lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan (Widyautama dan Bagus, 2012).

Berdasarkan pada masalah di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui biaya tata niaga dan besarnya keuntungan masing-masing pedagang pasar dalam pemasaran daging sapi di Kota Madya Yogyakarta.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya biaya tataniaga pemasaran daging sapi di Pasar Tradisional Wilayah Kota Madya Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pendapatan masing-masing pedagang pasar dalam pemasaran daging sapi.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintah daerah untuk bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan pemasaran daging sapi di pasar tradisional Kota Madya Yogyakarta. Disamping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan dapat bermanfaat bagi pelaku pasar.