

**SALURAN PEMASARAN DAN BOBOT JUAL SAPI POTONG
DI DESA SUMBER JATI KECAMATAN JATIREJO
KABUPATEN MOJOKERTO**

Hema Ratumara, M¹⁾, Supartini, N²⁾, Priyo Santoso Erik ³⁾

1) Mahasiswa Universitas Studi Peternakan UNITRI

2) Dosen Peternakan Fak Pertanian UNITRI, Malang.

3) Matiushemaratumara@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumberjati, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 25 Februari 2013 sampai 25 Maret 2013.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan bobot jual sapi potong di Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto, melalui kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong.

Materi yang digunakan dalam penelitian adalah ternak sapi potong yang di pelihara oleh rumah tangga tani di Desa Sumber Jati Kabupaten Mojokerto. Data yang di ambil yaitu kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey (*survey research*). Data yang diambil disesuaikan dengan variable-variabel penelitian. Variable penelitian yang di amati adalah saluran pemasaran, bobot badan dan bobot jual sapi potong. Analisis data, data yang di peroleh di hitung persentase responden berdasarkan alternatif jawaban dan uraikan secara deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran sapi potong yaitu : Saluran I (Peternak Petani, Konsumen). Saluran II (Peternak Petani, Blantik Desa, Pedagang pemotong RPH, dan Konsumen). Saluran III (Peternak Petani, Blantik Desa, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pemotong RPH, dan Konsumen). Bobot badan sapi potong rata-rata per ekor 281,93 kg. Bobot jual sapi potong rata-rata 281,93 kg per ekor dengan harga RP/kg rata-rata 27,44 dengan harga per ekor rata-rata RP 7.798.326. Berdasarkan hasil penelitian ini Disarankan peternak menggunakan pakan penguat seperti konsentrat agar dapat meningkatkan bobot badan dan harga jual sesuai yang di inginkan.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Bobot jual Sapi Potong

MARKET CHANNEL AND WEIGHT SOLD OF COW IN SUMBERJATI VILLAGE JATIREJO SUBDISTRICT MOJOKERTO REGENCY

Hema Ratumara, M¹⁾, Supartini, N²⁾, Priyo Santoso Erik³⁾

1) Mahasiswa Universitas Studi Peternakan UNITRI

2) Dosen Peternakan Fak Pertanian UNITRI, Malang.

3) Matiushemaratumara@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted in Sumberjati Village, Jatirejo District, Mojokerto Regency. The study was executed on February 25th, 2013 to March 25th, 2013.

The purpose of the study was to find out the marketing channel and selling weight of beef cattle in the village through marketing channel and selling weight of beef cattle.

The material used in this study was cattle maintained by house scale farmers in Sumberjati Village, Jati District, Mojokerto Regency. The data obtained were the study of marketing and selling weight of beef cattle. The method used in the study was survey. The data taken were accustomed to the variables studied. The variables observed were marketing channel and selling weight of beef cattle. In the data analysis, the data taken were calculated from the respondent percentage based on alternative answers and explained descriptively.

Based on the results of the study, it can be concluded that there are three marketing channels of beef cattle, they are: Channel I (cattle farmer, consumer), Channel II (cattle farmer, broker, merchant, slaughterhouse, and consumer), and Channel III (cattle farmer, broker, collector merchant, merchant, slaughterhouse, and consumer). The most efficient channel is Channel I since it is the shortest. The average selling weight of beef cattle per cattle is 281.93 kg, the average price per kilogram is IDR 27.44, and the average price per cattle is IDR 7,798,326.00.

Based on the results of the study, it is suggested to the cattle farmers to use additional feeding such as concentrate in order to increase the weight and selling price needed.

Keywords: marketing channel, selling weight of beef cattle

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang merupakan sub sektor yang penting dalam menunjang perekonomian masyarakat. Peternakan sangat penting kontribusinya dalam penyediaan kebutuhan akan protein hewani yang berperan dalam penambahan kualitas pangan dan gizi masyarakat. Pemenuhan protein hewani dengan baik maka akan meningkatkan kecerdasan masyarakat, peternakan juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai pendapatan dan taraf hidup peternak. Sektor peternakan saat ini bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan keluarga, tetapi sudah berkembang menjadi salah satu alternative usaha yang menguntungkan. Bahkan sebagian telah menjadi usaha skala industri yang memberikan kesempatan kerja bagi sebagian besar masyarakat.

Pembangunan peternakan tidak hanya diarahkan pada peningkatan produksi dan pendapatan peternak tetapi diperluas hingga mencakup pengembangan agribisnis secara terpadu. Peternak sebagai subyek pembangunan didorong ke arah pemahaman peternakan menjadi sumber pendapatan. Pembangunan usaha peternakan dilakukan secara sinergis, mulai dari hulu sampai hilir dan tidak berhenti hanya di tingkat produksi, tetapi juga sebagai pelaku paska panen seperti pengolahan dan pemasaran.

Kabupaten Mojokerto dikenal sebagai daerah kegiatan usaha peternakan sapi potong yang banyak dikelola oleh petani dan menyebar secara merata ke seluruh wilayah.

Usaha peternakan mempunyai potensi dan prospek untuk meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian daerah, khususnya di Kabupaten Mojokerto, hal tersebut dapat ditunjukkan dari jumlah

populasi sapi potong pada tahun 2010 terdapat 126.455 ekor sapi.

Usaha peternakan sapi potong merupakan usaha yang bernilai ekonomi tinggi sehingga memungkinkan peternak mendapat penghasilan yang cukup dan salah satu faktor pelancar dalam pembangunan peternakan adalah sistem pemasaran yang efisien (Mosher, 2002). Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila dapat memberikan suatu balas jasa yang seimbang kepada semua pelaku pemasaran yang terlibat yaitu peternak, pedagang perantara dan konsumen akhir (Azzaino, 2000). Berdasarkan uraian di atas, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil dan berbagai pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Jatirejo Desa Sumber Jati Kabupaten Mojokerto.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang dapat di ambil adalah kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong di Desa Sumber Jati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto, khususnya kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan bobot jual sapi potong di Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto, melalui kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan ilmu pengetahuan di bidang peternakan tentang kajian pemasaran dan bobot badan sapi potong sebagai parameter produksi di Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto.

METODOLOGI

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa Sumber Jati, kecamatan Jatirejo, kabupaten Mojokerto. Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan selama 1 (satu) bulan, sejak tanggal 25 Februari 2013 sampai 25 Maret 2013.

Materi Penelitian

Dalam penelitian ini materi yang digunakan adalah ternak sapi potong yang di pelihara oleh ruma tangga tani di Desa Sumber Jati Kabuupaten Mojokerto. Data yang di ambil yaitu kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey (*survey research*) metode deskripsi adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan dalam bentuk tulisan, dokumentasi yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah objek secara terperinci sesuai data yang telah terkumpul. Pengambilan sampel responden dilakukan secara *sample random sampling* dari rumah tangga tani yang memelihara ternak sapi potong.

Data yang akan diambil disesuaikan dengan variable-variabel penelitian. Dengan demikian data yang diambil adalah data primer, diambil dari hasil wawancara dengan responden dan melakukan pengukuran langsung dilapangan (*observation*), dalam hal ini adalah kajian pemasaran dan bobot jual sapi potong pengukuran variable penelitian, melalui identifikasi.

Variabel Penelitian

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah :

1. Saluran pemasaran sapi potong
2. Bobot badan sapi potong
3. Bobot jual sapi potong

Analisis Data

Data yang di peroleh dari lapangan melalui daftar pertanyaan yang telah di jawab oleh responden, kemudian diolah secara manual sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang di peroleh di hitung persentase responden berdasarkan alternatif jawaban-jawaban. Data kuantitatif diuraikan secara deskriptif dimana hasil pengamatan di lapangan dipresentasikan dengan kalimat guna memberikan gambaran yang jelas tentang data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum Budidaya Sapi Potong di Lokasi Penelitian

Sistem budidaya sapi potong dilokasi penelitian termasuk dalam sistem produksi secara ekstensif, hal ini disebabkan kurang tersedianya lahan per rumah tangga peternak, karena rata-rata kandang ternak di lokasi penelitian menjadi satu dengan tempat tinggal peternak yaitu dibagian belakang dan samping rumah. Hal ini sesuai dengan pendapat Soedjana (2005), bahwa sistem produksi daging sapi di Indonesia secara tradisional dicirikan oleh skala usaha kecil yang memelihara hanya 1-3 ekor/ rumah tangga. Pemeliharaan sapi potong dilokasi penelitian merupakan induk sapi yang di pelihara oleh peternak untuk melahirkan pedet, sebagai tabungan. Untuk meningkatkan kesejahteraan hidup peternak. Begitu juga keinginan masyarakat yang kurang mampu, memelihara ternak sendiri berusaha untuk tetap beternak walaupun membagi keuntungan dengan memelihara

ternak yang digaduhkan. Sesuai dengan pendapat Soedjana (2005) bahwa pemeliharaan ternak untuk tujuan tabungan pada umumnya tidak efisien bila dibandingkan dengan pemeliharaan ternak untuk tujuan produksi yang mendatangkan keuntungan. Kurangnya penyuluhan kesehatan di lokasi penelitian menjadi salah satu kendala yang dialami oleh masyarakat.

Pemberian pakan oleh peternak di lokasi penelitian cukup bervariasi, rata-rata seluruh peternak memberikan hijauan pakan berupa rumput gajah, rumput lapang, tebon jagung dan daun tebu dalam pemberian hijauan pakan, peternak yang memberikan hijauan berupa rumput sekitar 25 kg/hari. Ketersediaan hijauan pakan menurut peternak tidak tetap atau fluktuatif. Ketersediaan pakan sangat di pengaruhi oleh musim, saat musim hujan atau panen komoditi tanaman pangan jumlahnya melimpah, sementara saat musim kemarau atau paceklik ketersediannya berkurang.

Untuk persediaan pakan pada musim kemarau tiba rata-rata peternak menyimpan tebon jagung dan jerami padi. Ternak diberikan tebon jagung dan jerami padi sekitar 5 kg/hari apabila pada musim kemarau rumput sulit didapatkan. Untu memenuhi kebutuhan nutrisi bagi ternak dan menambah napsu makan ternak, peternak melakukan upaya dengan memberikan pakan tambahan berupa dedak dan garam

sekitar 500 gram/hari dengan cara dimencampur dalam pakan. Dengan bahan pakan yang di berikan oleh ternak berupa rumput hijauan dapat menghambat produksi pemasaran. Tidak sesuai menurut pendapat Sugeng (2000) menyatakan pakan pokok untuk ternak sapi adalah berupahijauan makanan ternak dan pakan penguat (konsentrat) sebagai tambahan. Pakanhijauan makanan ternak diberikan dengan jumlah 10% dari berat badan dan pakankonsentrat diberikan minimal 1% dari berat badan.

Bobot Badan Sapi Potong

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata bobot badan sapi potong yang di pelihara oleh petani ternak di Desa Sumberjati adalah 28,93 kg. Hal ini diperoleh dari hasil pengambilan data melalui wawancara langsung kepada petani ternak dengan menggunakan alat bantu Quisoner. Penentuan bobot badan oleh peternak berdasarkan penapsiran. Penapsiran bobot badan dan produksi sangat berkaitan dengan pakan yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara pakan yang diberikan oleh peternak berupa jerami, rumput lapang, dan limbah sisa hasil pertanian. Bobot badan sapi potong berdasarkan ukuran (kg) dapat di lihat pada tabel 6.

Tabel 6. Bobot badan berdasarkan ukuran (kg) di lokasi penelitian

| No | Bobot Badan (kg) | Jumlah (ekor) | persentase (%) |
|--------|------------------|---------------|----------------|
| 1 | ≤ 250 | 10 | 23.26 |
| 2 | ≥ 250 - 300 | 18 | 41.86 |
| 3 | ≥ 300 | 15 | 34.88 |
| Jumlah | | 43 | 100 |

Sumber :data primer diolah 2013

Berdasarkan hasil wawancara di lokasi penelitian tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah bobot badan dari 43 ekor populasi ternak dengan jumlah respondem

35 orang dan bobot badan ≤ 250 kg dengan jumlah ternak 10 ekor dengan persentase 23,26%, bobot badan ≥250-300 kg dengan jumlah ternak 18 ekor dengan persentase

41,86% dan bobot badan ≥ 300 kg dengan jumlah ternak 15 ekor dengan persentase 34,88%, dari jumlah ternak berdasarkan bobot badan maka diperoleh persentase 100%.

Bobot jual sapi potong

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata bobot jual sapi potong yang di pelihara oleh petani ternak di Desa Sumberjati adalah

278,14 kg. Hal ini diperoleh dari hasil pengambilan data melalui wawancara langsung kepada petani ternak dengan menggunakan alat bantu Quisoner. Penentuan bobot jual oleh peternak berdasarkan penapsiran. Penapsiran bobot badan dan produksi sangat berkaitan dengan pakan yang diberikan untuk menunjang harga jual dapat di lihat harga jual di tabel 7 di bawa ini:

Tabel 7. Kelompok Bobot Badan Berdasarkan Harga (Rp/kg)

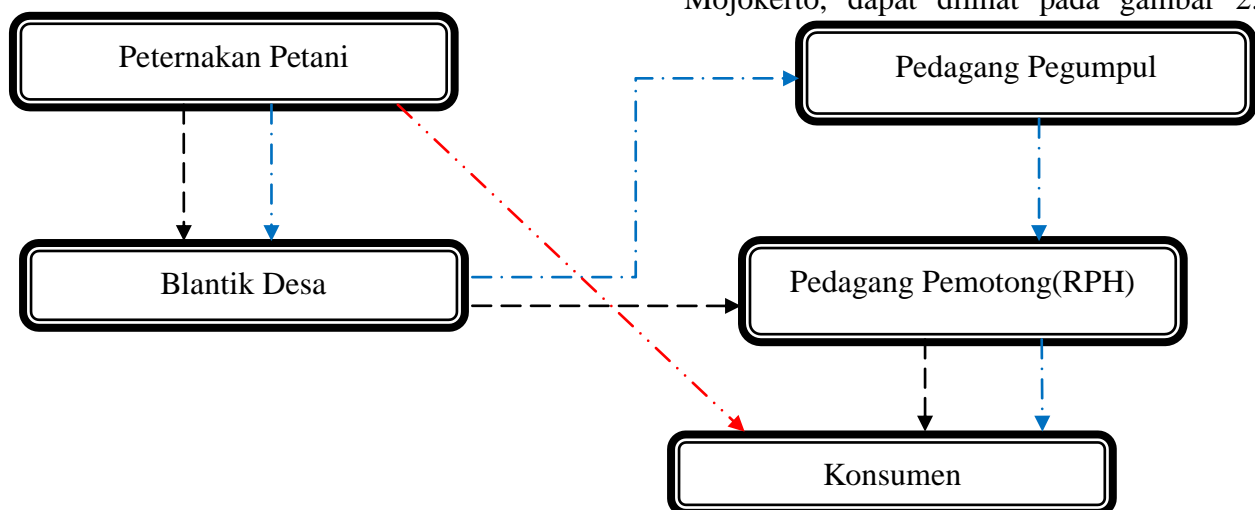
| No | Bobot Badan (kg) | Harga (Rp/kg) | Jumlah (ekor) |
|--------|------------------|---------------|---------------|
| 1 | ≤ 250 | 25.000 | 10 |
| 2 | $\geq 250 - 300$ | 28.000 | 18 |
| 3 | ≥ 300 | 30.000 | 15 |
| Jumlah | | | 43 |

Sumber : data primer diolah (2013)

Berdasarkan hasil wawancara di lokasi penelitian tabel diatas menunjukkan bahwa bobot badan yang ≤ 250 kg dengan harga 25.000 per kg dengan jumlah sapi 10 ekor. Bobot badan yang $\geq 250-300$ kg dengan harga 28.000 per kg dengan jumlah sapi 18 ekor. Bobot badan yang ≥ 300 kg dengan harga 30.000 per kg dengan jumlah 15 ekor sapi. Berdasarkan tabel diatas dapat di lihat bobot jual sapi terbanyak di lokasi penelitian $\geq 250-300$ kg dengan jumlah ternak 18 ekor dari 43 populasi ternak sapi.


Saluran Pemasaran Sapi Poton

Menurut Swastha (2008) bahwa saluran pemasaran memberikan gambaran tentang rute atau jalur perjalanan suatu produk. Kotler (2002) mendefinisikan saluran pemasaran merupakan saluran distribusi yang terdiri dari seperangkat pedagang yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran ternak sapi potong di Desa Sumber Jati, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar : Saluran Pemasaran Ternak Sapi Potong di Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto

Keterangan:

Saluran I 
Saluran II 
Saluran III 

Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran yang pertama, peternak menjual sapi langsung ke konsumen. Penjualan ini dengan cara konsumen mendatangi peternak sapi potong , penjualan itu dilakukan pada saat Hari Raya Kurban. Hari-hari biasa peternak kurang luas dalam mencari informasi sampai ke konsumen langsung. Karena peternak masih menempuh perjalanan jauh dari Desa Sumberjati ke kota kecamatan adalah 9 km, sedangkan jarak Desa Sumberjati ke kota kabupaten adalah 14 km.

Saluran pemasaran II

Saluran pemasaran II ini, peternak menjual sapi ke blantik, karena peternak sudah berlangganan setiap tahunnya. Blantik menjual sapi ke pedagang pemotong atau jagal dan kemudian jagal menjual langsung ke konsumen dalam bentuk daging. Skala usaha pembelian dan penjualan yang dilakukan oleh jagal sebanyak 2-5 ekor sapi tiap pembelian.

Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran III, peternak melakukan penjualan ternak di kandang dengan cara blantik desa diundang untuk melakukan penawaran, karena kebutuhan peternak yang sangat mendesak, seperti biaya sekolah. Blantik menjual sapi ke pedagang pengumpul dengan skala usahanya berkisar 5-10 ekor sapi, pedagang

pengumpul melakukan seleksi sapi sesuai dengan ukuran tubuh (bobot), kesehatan, jenis dan bangsa sapi. Sapi setelah diseleksi kemudian dijual ke pedagang pemotong RPH setempat kemudian hasil pemotongannya di jual ke konsumen yang berlokasi di sekitarnya.

Berdasarkan gambar saluran pemasaran I,II dan III dapat di ketahui bahwa saluran II merupakan paling bayak digunakan oleh masyarakat di Desa Sumberjati. Umumnya peternak tidak menjual sendiri ternak sapinya ke pasar hewan, karena adanya hambatan dari blantik untuk masuk ke pasar. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang lebih sedikit digunakan. Hal ini disebabkan karena peternakan sudah berlangganan dengan pembeli (blantik) dan dalam penguasaan informasi pasar kurang. Saluran pemasaran III kurang bayak di gunakan oleh masyarakat dan blantik desa karena skala pembelian ternak 5-10 ekor sedangkan skla penjualan peternak kurang dari 5 ekor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran sapi potong yaitu :

1. Saluran I (Peternak Petani, Konsumen).
Saluran II (Peternak Petani, Blantik Desa, Pedagang pemotong RPH, dan Konsumen).
Saluran III (Peternak Petani, Blantik Desa, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pemotong RPH, dan Konsumen).
2. Bobot badan sapi potong rata-rata /ekor 278,14 kg.

3. Bobot jual sapi potong rata-rata 278,14 kg/ekor dengan harga RP/kg rata-rata 27,33 dengan harga per ekor rata-rata RP 7.671.581± 7.672

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan bahwa:

1. Disarankan peternak menggunakan pakan penguat seperti konsentrat agar dapat meningkatkan bobot badan dan harga jual sesuai yang diinginkan.
2. Disarankan untuk membeli sapi bakalan yang sudah dewasa tetapi kurus sehingga akan lebih efisien dalam peningkatan bobot badan.
3. Peternak harus mempunyai persediaan pakan agar ternak tidak kekurangan pakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 2000. *Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Mosher, A. T. 2002. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. Yasaguna, Jakarta.
- Soedjana, T. D. 2005. *Prevalensi Usaha Ternak Tradisional Dalam Perspektif Peningkatan Produksi Ternak Nasional*. <http://www.pustakadepan.go.id/publication/p3241052.pdf>.
- Sugeng, Y. B. 2000. *Sapi Potong*. Penebar Swadaya. Bogor
- Swastha, B. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Erlangga, Jakarta.