

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
(Alam Nsyrah : 6)*

*Aku seperti anak kecil yang berdiri di tepi pantai,
yang sedikit terhibur dengan butiran pasir putih
dan karang yang aku temukan, sedangkan
di depanku terbentang lautan luas yang
tak mungkin aku mampu menyelaminya.*

DISET
2001
0038

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG
DI KABUPATEN BLORA JAWA TENGAH**

SKRIPSI

ZAINAL MUSTOFA



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI INDUSTRI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

2001

RINGKASAN

ZAINAL MUSTOFA. 2001. **Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kabupaten Blora Jawa Tengah.** Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.

Pembimbing Utama : Ir. Ahyar Ismail, M. Agr

Pembimbing Anggota : Ir. Juniar Atmakusuma, MS

Pemasaran mempunyai peranan mendistribusikan ternak sapi potong dari sentra produksi ke titik konsumsi. Petani Peternak sebagai produsen selalu digambarkan sebagai pihak yang lemah dan terkalahkan dalam memasarkan ternak sapi. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Blora Jawa Tengah.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mempelajari saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran serta mengukur biaya dan margin pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Blora.

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Sebanyak 60 responden petani peternak diambil secara sengaja dari empat kecamatan yang mempunyai jumlah populasi ternak sapi potong dalam kategori besar, sedang dan kecil serta jaraknya dengan kota kabupaten yang dikategorikan jauh, sedang dan dekat. Responden lembaga pemasaran yang diambil secara sengaja yaitu 7 orang pedagang lokal, 3 orang pedagang regional, 2 orang pedagang besar dan 5 orang pedagang pemotong.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat pola saluran pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Blora yaitu : (1) petani peternak -- pedagang lokal -- pedagang pemotong, (2) petani peternak -- pedagang lokal -- pedagang regional -- pedagang pemotong, (3) petani peternak -- pedagang lokal -- pedagang besar, (4) petani peternak -- pedagang lokal -- pedagang regional -- pedagang besar. 100% petani peternak responden menjual sapihnya kepada pedagang lokal, pedagang lokal responden sebanyak 50% menjualnya kepada pedagang regional dan masing-masing sebanyak 25% menjualnya kepada pedagang besar dan pedagang pemotong, pedagang regional responden sebanyak 25% menjualnya kepada pedagang pemotong dan sisanya dijual kepada pedagang besar. Sedangkan pedagang pemotong sekaligus bertindak sebagai pengecer daging.

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan petani peternak yaitu penjualan, pemeliharaan dan informasi pasar. Pedagang lokal melakukan fungsi pembelian, penjualan, penampungan, pengangkutan, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar. Pedagang regional melakukan fungsi pembelian, penjualan, penampungan, pengangkutan, pembiayaan dan informasi pasar. Pedagang besar melakukan fungsi pembelian, penjualan, penampungan, pengangkutan, pembiayaan dan informasi pasar, sedangkan pedagang pemotong melakukan fungsi pembelian,

penjualan, penampungan, penyimpanan, pengangkutan dan grading, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar.

Farmer's share pada saluran I adalah 75,29%, pangsa pedagang lokal sebesar 8,99%, sedangkan pangsa pedagang pemotong sebesar 15,72%. *Farmer's share* pada saluran II sebesar 75,29%, pangsa pedagang lokal sebesar 8,41%, pangsa pedagang regional sebesar 3,41% dan pangsa pedagang pemotong sebesar 12,95%. Pada saluran III *farmer's share* sebesar 76,99% pangsa pedagang lokal sebesar 9,06% dan pangsa pedagang besar sebesar 13,95%. Sedangkan pada saluran IV *farmer's share* sebesar 76,99%, pangsa pedagang lokal sebesar 8,59%, pangsa pedagang regional sebesar 5,23% dan pangsa pedagang besar sebesar 9,19%.

Total biaya pemasaran dan total keuntungan pada saluran I adalah sebesar Rp 255,56/kg dan Rp 2.429,24/kg sehingga total margin pemasarannya adalah Rp 2.684,80/kg. Pada saluran II total biaya pemasaran dan total keuntungannya sebesar Rp 479,95/kg dan 2.204,85/kg sehingga total margin pemasarannya sebesar Rp 2.684,80/kg. Pada saluran III total biaya pemasaran dan total keuntungan sebesar Rp 597,18/kg dan 1.847,52/kg sehingga total margin pemasarannya sebesar Rp 2.444,70/kg. Sedangkan pada saluran IV total biaya pemasaran dan total keuntungan adalah sebesar Rp 821,57/kg dan Rp 1.623,13/kg sehingga total margin pemasarannya sebesar Rp 2.444,70/kg.

Saluran I merupakan saluran yang cukup efisien, walaupun besarnya *farmer's share* tidak lebih besar dari pada besarnya *farmer's share* pada saluran lain, namun rantai pemasaran saluran I cukup pendek dan total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I adalah paling kecil yaitu sebesar Rp 255,56/kg serta total keuntungan yang diterima cukup besar yaitu sebesar Rp 2.429,24/kg.

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG
DI KABUPATEN BLORA JAWA TENGAH**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk
memperoleh gelar **Sarjana Peternakan**
pada Fakultas Peternakan
Institut Pertanian Bogor

Oleh :

ZAINAL MUSTOFA

D03495019

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI INDUSTRI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

2001

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG
DI KABUPATEN BLORA JAWA TENGAH**

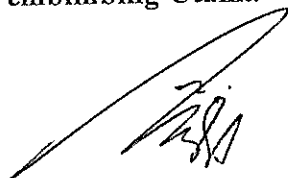
Oleh :

ZAINAL MUSTOFA

D03495019

Skripsi ini telah disetujui dan disidangkan di hadapan
Komisi Ujian Lisan pada tanggal 23 Desember 2000

Pembimbing Utama



Ir. Ahyar Ismail, M. Agr

Pembimbing Anggota



Ir. Juniar Atmakusuma, MS

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Industri Peternakan

Fakultas Peternakan

Institut Pertanian Bogor

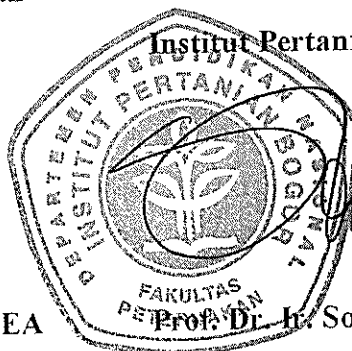


Ir. Richard W. E. Lumintang, MSEA

Dekan

Fakultas Peternakan

Institut Pertanian Bogor



Prof. Dr. H. Soedarmadi, H., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada hari Senin tanggal 4 Oktober 1976, merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara dari Bapak Sechoen dan Ibu Sumiyati yang berdomisili di Desa Pamotan, Kecamatan Pamotan, Kabupaten Rembang Propinsi Jawa Tengah.

Pendidikan penulis dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) Pertiwi di Desa Pamotan pada tahun 1981 kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 2 Pamotan pada tahun 1983. Pada tahun 1989 melanjutkan pendidikan Menengah Pertama di SMPN 1 Pamotan dan tahun 1992 melanjutkan pendidikan Menengah Atas di SMAN 2 Rembang. Selama menempuh pendidikan SMP dan SMA penulis aktif di berbagai kegiatan seperti Pramuka, KIR, PKS, PMR, klub bahasa Inggris, pernah mengikuti LCT tingkat kabupaten dan lomba PMR tingkat kabupaten dan propinsi.

Pada tahun 1995 penulis diterima sebagai mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan Institut Pertanian Bogor melalui jalur Undangan Seleksi Masuk IPB (USMI). Selama penulis kuliah pernah mengikuti berbagai kegiatan keorganisasian seperti Badan Kerohanian Islam Mahasiswa (BKIM) Institut Pertanian Bogor, Forum Studi Ilmu dan Telaah Agama Islam (FORSITA), Badan Perwakilan Mahasiswa (BPM) Fakultas Peternakan dan berbagai organisasi kepanitiaan di tingkat IPB. Pada tahun 1998 penulis memperoleh beasiswa dari Tentara Nasional Indonesia – Angkatan Laut (TNI-AL).

PRAKATA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, penulis panjatkan syukur kepada Allah SWT atas rahman dan rahim-Nya. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun disadari terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam banyak hal. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat penyelesaian studi dan memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak ada artinya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati serta rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Ir. Ahyar Ismail, M. Agr selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, masukan serta dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Juniar Atmakusuma, MS selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. Basita Ginting, MA dan Ibu Ir. Henny Nuraini, M.Si selaku dosen penguji pada ujian sidang yang telah memberikan saran dan masukan.
4. Ibu Ir. Wiwik Rindayati, MS yang telah memberikan masukan dan saran selama seminar.

5. Ibu Ir. Lucia Cyrilla ENSD, Msi selaku pengelola seminar yang telah memberikan toleransinya, sehingga penulis dapat melakukan seminar.
6. Pemerintah Daerah Dati II Blora atas ijin yang diberikan untuk melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Blora.
7. Dinas Peternakan Kabupaten Blora beserta staff, terima kasih atas bantuannya terutama dalam pengumpulan data selama penulis penelitian.
8. Institusi TNI-AL yang telah memeberikan beasiswa selama penulis kuliah.
9. Mas Budi, Mas Yanto dan Mas Agus sekeluarga yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama ini.
10. Seluruh staf Akademik dan SEIP terutama kepada Pak Kamto.
11. Rekan-rekan seperjuangan : Tonman, Rustam, Febri, Parid, Udin, dll.
12. Rekan-rekan yang pernah bersama-sama membuat kenangan indah : Syah Alam, Uwik, Rosyid, Puji, Dodi, Agung, Ical dll.
13. Teman-teman di Al Azhar, terima kasih atas bantuannya.
14. BKIM (Badan Kerohanian Islam Mahasiswa) Institut Pertanian Bogor yang telah membesarkan dan mendewasakan penulis.

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bogor, Januari 2001
Wassalam

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	ii
RIWAYAT HIDUP	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	2
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Pengertian Pemasaran dan Struktur Pasar	5
Pengertian Pemasaran	6
Saluran Pemasaran	6
Fungsi Pemasaran	9
Biaya dan Marjin Pemasaran	10
Usaha Ternak Sapi Potong	13