

**STRATEGI MEMOTIVASI PROFESIONALISME PETERNAK SAPI POTONG  
RAKYAT: ANALISIS PERAN DAN AGEN RANTAI PASOK**

Sri Wahyuni

(Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor)

**ABSTRAK**

Terdapat beberapa pendapat tentang keuntungan yang diperoleh dari pelaku pasar yang intinya belum diperoleh distribusi yang adil dalam pemasaran ternak dan daging sapi di Indonesia. Telah dilakukan penelitian bertujuan memperoleh informasi peran dan keuntungan setiap skala atau kelas agen rantai pasok (ARP) untuk memperoleh informasi sebagai dasar kebijakan memotivasi profesionalisme peternak. Penelitian dilakukan dalam tahun anggaran 2006 di Jawa Timur, dengan mewawancarai ARP serta informan kunci dengan total responden 60 orang. Data dianalisa secara kualitatif, diperoleh hasil: 1) Terdapat 3 variasi peternak sapi potong rakyat (PSPR) yaitu a) Mengimplementasikan manajemen (M) penggemukan sapi potong. b). Selain M memproduksi pakan (MP) dan c) Disamping MP sekaligus pejalag dan menjual daging dan memiliki RPH (MPR). 2) Tidak mudah membatasi peran dan status serta keuntungan setiap ARP namun secara garis besar keuntungan harian peternak M/MP Rp 5 950/ekor; MPR= Rp 26 865; pedagang sapi dalam kabupaten Rp 650 000; antar kabupaten Rp 214.278 dan antar provinsi Rp 248 273. Keuntungan pedagang daging untuk skala besar Rp 1.094.000; skala sedang Rp 375 000 skala kecil Rp 99 000. Kesimpulan, sulit menghitung keuntungan per satuan volume dan waktu yang akurat, peternak M mempunyai keuntungan terendah namun jika dapat berperan sebagai pedagang dan pejalag keuntungan akan semakin tinggi. Keuntungan pedagang daging tertinggi namun sulit mendapatkan tempat berjualan serta perlu profesionalisme tinggi untuk memperoleh pelanggan. Disarankan agar ekonom menciptakan cara khusus menghitung keuntungan ARP, untuk peternak perlu kebijakan peningkatkan profesionalisme sedangkan untuk pedagang daging perlu peninjauan kembali peraturan penguasaan tempat berdagang.

---

Kata kunci: Sapi potong, keuntungan, agen rantai pasok

**STRATEGY TO MOTIVATE PROFESSIONALISM OF CATTLE FATTERNER:  
FINANSIAL ANALYSIS OF SUPPLY CHANGE AGENT**

Some references reported that the benefit of actors in supply change agent (SCA) in beef and cattle farming were unfair. Research had been done to know the role and benefit of each class of the SCA in order to get information as base policy in motivating cattle fatterner develop fattening agroindustry. Research done during 2006 fiscal year in West Java, through interview with SCA as well as key informans, totally 60 people. Data were analyzed descriptively and showed that: 1) There are three variety of cattle fatterner such as: a) Solely implementing cattle management (M), b) Beside M also produce feed (MP) and c) Beside MP also sell beef from own slaughter house (MPR). 2) it was not easy to count the SCA's benefit/volume/periode, however results were as follows: The daily benefit of cattle fatterner Rp 5 950/head; Cattle fatterner who also act as trader as well as bucherer Rp 26 865/head. Trader in district level Rp 650 000, between district Rp 214 278 and between Province Rp 248 273. The bucherer's benefit Rp 1 094 000 (large scala), Rp 375 000 (medium scala) and Rp 99 000 (retailer). The cattle fatterner (M) got the lowest benefit but if they could increase their status as trader as well as butcherer they might get higher benefit. Butcherer got the highest benefit but difficult to get place to sell the beef and needs profesionalism to get customers. The suggestions are: 1) economist should create certain tools to count the SCA's benefit. 2) The profesionalism of cattle fatterner should be increased towards the development of agroindustry. 3) Laws or regulation on beef marketing place need to be improved.

---

Key words: Cattle, benefit, supply chain agent

## PENDAHULUAN

Dalam usahaternak sapi potong harga merupakan faktor risiko utama ( Nurmanaf *et. al.* 2007). Berbagai laporan mengemukakan perbedaan harga disebabkan oleh variasi saluran dan margin pemasaran ternak di Indonesia baik dari jumlah pelaku maupun distribusi biaya dan margin yang diperoleh pelaku pasar . Kariyasa dan Kasryno (2004.) menyatakan penyebabnya adalah biaya pemasaran akibat pemberlakuan berbagai peraturan daerah seiring dengan pelaksanaan otonomi daerah dan kurangnya fasilitas pemasaran. Disamping itu berbagai laporan mengemukakan bahwa hingga saat ini diperoleh kesan peranan blantik sangat dominan dalam menentukan harga, terlebih dalam kondisi pasar akhir-akhir ini dimana lebih banyak blantik dari pada ternak ( Rusastra *et. al.* 2006)) . Pendapat tersebut berlawanan dengan laporan Kariyasa dan Kasryno (2004) dimana biaya pemasaran lebih banyak ditanggung oleh blantik sehingga ia memperoleh manfaat paling sedikit dari aktivitas pemasaran sementara margin/keuntungan lebih banyak dinikmati oleh pejagal. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Marak Ali *et al.* (2004) bahwa peranan dan keberadaan blantik sangat penting dalam mendorong budidaya ternak sapi di pedesaan dan harga yang lebih dinamis namun keuntungan yang diperoleh hanya sepertiga dibanding jagal. Pentingnya peranan blantik Di Jawa Tengah juga dilaporkan Pramono *et al.* (2004) dimana 75-85% peternak memilih menjual melalui blantik karena lebih efisiensi. Dari berbagai laporan disimpulkan bahwa belum terjadi distribusi imbalan keuntungan yang adil dalam pemasaran ternak dan daging sapi di Indonesia.

Berbagai kebijakan dalam menekan biaya pemasaran sapi telah dikemukakan, diantaranya Kariyasa dan Kasryno (2004.) ; Yusuf. *Et. al* (2004) dan Rusastra *et. al.* (2004) yang menyatakan diperlukan kebijakan deregulasi dari pemerintah daerah untuk mencegah dan menerbitkan pungutan ganda. 2) peninjauan kembali pungutan tertentu sekalipun telah memiliki kekuatan hukum, karena tidak jelas manfaatnya bagi pengembangan usaha ternak dan 3) memfungsikan dan meningkatkan kualitas sarana pemasaran ternak seperti pasar hewan dan RPH. Menyikapi berbagai temuan dan usulan kebijakan tersebut diperlukan informasi yang lebih rinci tentang keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku pasar mulai dari produsen ( kelas atau tipe mana ), pedagang sapi dan daging ( kelas atau tipe mana) seperti diketahui bahwa pedagang sapi

dijumpai mulai di tingkat kabupaten sampai antar pulau sedangkan pedagang daging ada yang skala kecil sampai besar.

Penelitian ini bertujuan memperoleh informasi keuntungan yang diperoleh setiap strata, skala atau kelas pelaku pasar mulai dari produsen sampai pedagang daging. Informasi yang diperoleh akan dijadikan dasar bagi kebijakan dalam memotivasi peternak menuju agroindustri sapi potong.

## METODOLOGI

**Lokasi Penelitian:** Dipilih lokasi yang mempunyai populasi sapi tertinggi yaitu Jawa Timur, selanjutnya dipilih lokasi yang disamping populasinya tinggi juga dekat dengan konsumen sehingga terpilih Kabupaten Tuban ( Dirjen Peternakan, 2006).

**Sampel:** Terdiri dari Informan kunci (16 orang) yaitu Dinas Peternakan mulai dari tingkat pusat sampai dengan PPL, petugas RPH di propinsi, kabupaten, dan milik peternak, organisasi profesi, kelompok peternak , kelompok pedagang dan tokoh masyarakat yang seluruhnya berjumlah 10 orang. Peternak sapi potong sebanyak 10 orang, pedagang ternak 12 orang, pedagang daging 12 orang sehingga total responden 60 orang..

**Data dan Analisa:** Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan panduan pertanyaan terstruktur berupa data kuantitatif dan kualitatif selanjutnya ditabulasikan dan dianalisa secara deskriptif (Sigit, 1999).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Variasi Peternak Sapi Potong Pola Rakyat

Eksistensi ”**usahaternak sapi potong pola rakyat (USPPR)** ” secara intensif relatif baru dikenal, yaitu mulai sekitar tahun 1990 melalui program Panca Usaha Ternak Sapi Potong yang menekankan pada penambahan berat badan yang dikenal dengan sapi kereman. Pengertian tersebut perlu dikemukakan untuk membedakan dengan sistem yang telah lama dikenal masyarakat yaitu ”usahaternak sapi rakyat” dimana jika anak sapi yang lahir betina, setelah dewasa dijadikan bibit/induk sedangkan yang jantan untuk dipelihara hingga suatu saat (tanpa periode waktu) dipotong atau dijual jika diperlukan. Peternak beranggapan bahwa usahatanak sapi selalu menguntungkan karena

hanya dengan membeli satu induk sapi akan memberikan anak satu ekor setiap tahun minimal selama 10 tahun. Sementara input yang diberikan tidak diperhitungkan karena mereka mengandangkan ternak di kandang yang semi permanen dan hanya memberi pakan limbah usahatani yang dikenal dengan "*larahan*", yang diperoleh sambil mengerjakan usahatani tanaman pangan. Jika dijumpai anak sapi mati dan hanya 1 dari seluruh anak yang dilahirkan oleh seekor induk, peternak percaya belum mendapatkan rejeki yang termasuk takdir seperti halnya mati dan hidup semua makhluk. Prinsipnya peternak "sapi rakyat" berpendapat bahwa memelihara sapi itu menguntungkan karena setiap tahun bisa menjual seekor anak sapi dengan harga paling sedikit 2 juta. Sebagai contoh lain dijumpai seorang peternak memiliki seekor induk sapi yang sudah memberikan 8 ekor anak sapi, dimana 3 ekor anak sapi yang diperoleh terakhir dipertahankan karena pertama ia mampu memelihara ternak sampai maksimal 5 ekor dengan hanya 1 tenaga kerja keluarga (kepala keluarga). Kedua ia belum memerlukan uang sehingga walaupun anak sapi jantan dewasa yang berumur 2,5 tahun telah ditawarkan tengkulak seharga Rp 8,5 juta tidak dilepas atau dijual. Peternak tidak memikirkan bahwa jika sapi tersebut dijual dan dibeli seekor bibit induk tentu akan lebih menguntungkan, dimana seekor bibit seharga sekitar Rp 3,5 juta kemudian bisa memberikan keturunan dan sisanya bisa dimanfaatkan untuk keperluan lain termasuk membeli konsentrat atau disimpan sebagai tabungan. Peternak seperti yang telah diuraikan diatas tidak dikategorikan sebagai peternak sapi potong, melainkan yang sudah menerapkan manajemen sapi penggemukan yang dulu dikenal dengan sapi kereman (Dinas Peternakan Jawa Timur, 2005) dimana peternak mengimplementasikan panca usaha ternak sapi potong.

Berpedoman pada batasan diatas dijumpai 3 variasi usahaternak sapi potong pola rakyat (USPPR): 1) Peternak telah melakukan manajemen (M) pemeliharaan yang intensif yaitu kandang permanen, memberikan pakan khusus untuk penggemukan, memiliki standard waktu pemeliharaan untuk mencapai pertambahan berat badan/hari (ADG) yang efisien selanjutnya disebut sebagai peternak M. 2) Disamping kriteria pertama telah menerapkan *integrative farming* yaitu sekaligus memiliki usaha pakan (P) selanjutnya disebut peternak MP dan 3) Disamping MP telah memiliki rumah potong

hewan (RPH) pribadi yang memproses dari sapi hidup menjadi daging sapi yang selanjutnya disingkat (MPR).

### **Analisis Peran Peternak Sapi Potong Rakyat**

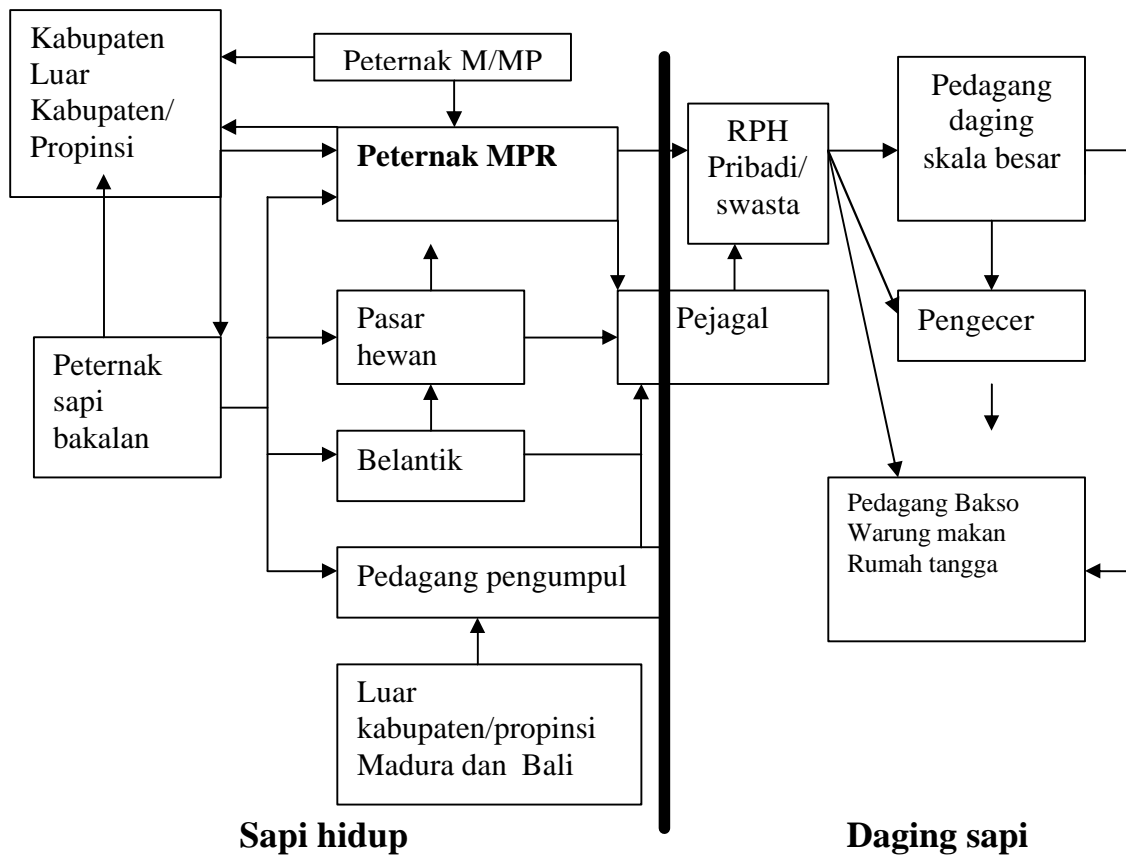
Variasi peternak mempengaruhi peran, peternak M umumnya berperan murni sebagai produsen karena hanya menjual ternak di kandang kepada blantik atau pedagang pengumpul. Peternak MP berperan ganda karena disamping sebagai produsen juga menjual sapi sekaligus menjual pakan yang diproduksi kepada peternak dalam maupun luar kabupaten. Peternak MPR mempunyai multi peran yaitu disamping sebagai produsen juga sebagai pedagang sapi jika menjual dan membeli sapi hidup dari peternak lain dan sebagai pejalag karena sebagian sapi yang dihasilkan atau dibeli dipotong di RPH yang dimiliki kemudian di jual kepada konsumen.

Perlu dikemukakan perbedaan peran antara pejalag dan blantik, pejalag membeli sapi hidup, memotong sapi di RPH kemudian memasarkan daging ke pedagang kelas sedang dan atau pedagang kecil serta langsung ke konsumen. Blantik berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli sapi di kandang dan atau pasar hewan. Garis besar rantai pasok penjualan sapi dari peternak ke konsumen terdapat 2 cara yaitu sapi hidup dan daging sapi (Gambar-1).

### **Analisis Finansial Pedagang Sapi**

#### ***Peternak/Produsen***

Peternak USPPR, kelas M, MP maupun MPR menjual ternak kepada pedagang pengumpul maupun blantik yang datang ke kandang ( tidak ke pasar hewan) dengan harga pasar dan berdasarkan berat hidup yang ditimbang dengan pertitungan pada Tabel-1. Diluar harga berdasarkan berat hidup yang telah ditimbang tidak ada pengeluaran ongkos oleh peternak karena merupakan tanggungjawab pembeli. Selama 100 hari penggemukan diperoleh keuntungan Rp 2.260 000 sehingga jika dihitung per hari (untuk memudahkan perbandingan dengan pedagang daging sapi di pasar) adalah Rp 22.600.



Gambar 1. Rantai Pasok Usahaternak Sapi Penggemukan Pola Rakyat di Kabupaten Tuban Th 2006

Tabel-1. Analisis Finansial Usahaternak Rakyat Sapi Potong/ekor/Periode 100 Hari di Kabupaten Tuban, Jawa Timur 2006

Kelas USPR	Uraian	Volume	Harga/satuan (Rp)	Nilai/periode 100 hr (Rp)	Persentase	
M/MP	<b>Input</b>					
	Bibit	1 ekor, berat 250 –	16 750	4 187 500	92,2	
	Pakan Konsentrat	6-10 kg/hari	850	850 000	4,1	
	HMT	10 kg/hari	1 000	1000 000		
	Obatan+vit+min (100 hr)			17 500	0,4	
	Tenaga kerja (100 hr)		1000	1 00 000	2,2	
	Kandang (100 hr)			50 000	1,1	
	<b>Sub total</b>				<b>6 205 000</b>	<b>100</b>
	<b>Output</b>	1 ekor, berat 400 –		17.000	<b>6 800 000</b>	
<b>Keuntungan</b>				<b>595 000</b>		
	<b>Keuntungan/hari</b>			<b>5 950</b>		

### ***Blantik***

Produsen/peternak USPPR pergi ke pasar hewan untuk mencari bibit/bakalan untuk dipelihara/digemukkan dan atau dijual kepada peternak lain, peternak USPPR tidak menjual hasil ternak penggemukkan ke pasar hewan karena umumnya mereka sudah mempunyai pelanggan. Dalam konteks peran kedua tersebut peternak berstatus sebagai blantik dan memperoleh keuntungan dari pembeli berdasarkan kesepakatan harga. Perbedaan dengan Blantik yang tempat usahanya hanya di pasar hewan yang memperoleh keuntungan dari kedua belah pihak namun tidak mempunyai peran dalam pengambilan keputusan karena ditentukan calon pembeli dan penjual. Peternak USPPR memperoleh keuntungan dari pembeli tetapi mempunyai *power* penuh dalam mengambil keputusan tentang harga. Berkaitan dengan *power* pengambilan keputusan tentang harga beli mereka bisa mengambil keputusan mencari *timing* terbaik dalam membeli bibit/bakalan untuk mendapatkan harga yang lebih murah. Contohnya waktu pembelian setelah lohoh (jam 12) , pada bulan jauh sebelum bulan puasa. Bisa menerapkan profesionalisme yang dimiliki dalam memilih bibit, yaitu yang benar-benar sehat dimana kulit sapi tidak bisa dicubit maupun ditarik untuk menghindari sapi *gelonggongan* (yang diberi air sebanyak mungkin sebelum dibawa ke pasar), memilih sapi cross breed (Limousine) yang pertumbuhannya baik dan umur sapi dibawah dua tahun (dengan melihat gigi dan tanduk) karena pertumbuhan masih cepat. Dengan profesionalisme tersebut diakui bisa diperoleh keuntungan bersih 5% dari berat badan sapi, jika berat sapi 200 kg dengan harga berat hidup Rp 17.000 maka diperoleh keuntungan Rp 170 000/ekor sapi. Sedangkan blantik di pasar hewan mengaku memperoleh keuntungan yang sangat tidak menentu sehingga sulit dihitung walaupun secara kasar, bahkan mereka mengatakan tidak jarang melepas ternak dalam keadaan rugi dari pada harus membawa kembali sapi yang akan dijual.

Uraian diatas memberikan fakta betapa sulit untuk memperoleh informasi keuntungan dari aktivitas pemasaran sapi, dari aspek jumlah ternak atau volume penjualan maupun alokasi waktu. Sementara diperoleh indikasi bahwa peternak USSPR yang lebih profesional dapat mendapatkan keuntungan yang lebih baik.

### **Pedagang**

Untuk membedakan dengan blantik, pengertian pedagang disini dibatasi sebagai seseorang yang menjual sapi dalam dan keluar Kabupaten, sampai ke propinsi dan antar propinsi/pulau. Di Tuban, pemasok sapi dari luar kabupaten berasal dari Besuki, Lumajang dan Bondowoa sedangkan dari luas pulau adalah Bali dan Madura. Sedangkan penjualan ternak ke luar Kabupaten adalah di lingkup Jawa Tengah, Surabaya dan Jakarta.

Untuk mengangkut satu ekor sapi seberat 250 – 300 kg diperlukan biaya transportasi dan pengawas Rp 50 000. Untuk mengefisienkan biaya, alat transportasi disesuaikan dengan jumlah sapi yang dipesan. Jika jumlah sampai 5 ekor dipakai mobil bak terbuka namun jika sampai 8 ekor dipakai truk. Antara penjual dan pembeli umumnya sudah terjalin kepercayaan, pemesanan berdasarkan telpon dan pembayaran uang dibelakang yaitu pada pengiriman ke dua namun jika ada kesepakatan bisa diatur lebih awal atau lambat. Jumlah ternak yang dikirim diberi nomer dan berat sapi namun realisasi pembayaran berdasarkan timbangan pembeli karena dalam perjalanan sering terjadi penurunan berat dan umumnya antara berat pengiriman dan penerimaan tidak jauh berbeda.

Dari cara transaksi diatas yang membedakan keuntungan adalah efisiensi biaya pengiriman dan penurunan berat yang mempengaruhi harga jual rata-rata seperti dikemukakan pada Tabel-2, dimana pedagang dalam kabupaten memperoleh keuntungan tertinggi ( Rp. 650 000).

Tabel -2. Analisis Finansial Pedagang Sapi antar Pulau, Propinsi dan Kabupaten di Jawa Timur, 2006

Uraian	Rp /250 kg sapi
Pedagang antar propinsi	
• Biaya Pemasaran	101.727
• Harga jual	3.800.000
• Keuntungan	248.273
Pedagang antar Kabupaten	
• Biaya Pemasaran	106.571
• Harga jual	4.000.000
• Keuntungan	214.278
Pedagang dalam kabupaten	
• Biaya Pemasaran	4.00.000
• Harga jual	4.500.000
• Keuntungan	650.000

## Analisis Finansial Pedagang Daging Sapi

### *Peternak MPR*

Peternak MPR yang juga pejagal menjalin hubungan langsung dengan konsumen yang mayoritas para industri rumahtangga pembuat bakso (90%) , karena untuk membuat bakso yang bagus (kenyal tanpa obat) diperlukan daging segar. Konsumen lain adalah pemilik restoran dan catering. Dijumpai seorang peternak maju yang mempunyai 150 pelanggan pedagang bakso dengan omset 1 – 2 kg/hari. Mereka setiap hari mengantre daging setelah pemotongan sapi di RPH pribadi dan langsung menggiling daging di RPH yang difasilitasi penggilingan oleh pemilik MPR. Dengan memotong dan langsung menjual ke konsumen diperoleh keuntungan/hari Rp 26 865 (Tabel 3).

Tabel - 3. Analisis Finansial Peternak MPR /ekor/Periode 100 Hari di Kabupaten Tuban, Jawa Timur 2006

Uraian	Volume	Harga/ satuan (Rp)	Nilai/periode 100 hr (Rp)	Persentase
<b>Input</b>				
Bibit	1 ekor, berat 250 –	16 750	4 187 500	92,2
Pakan (100 hr): Konsentrat	6-10 kg/hari	850	850 000	4,1
HMT	10 kg/hari	1 000	1000 000	
Obatan+vit+min (100 hr)	Satu periode penggemukan		17 500	0,4
Tenaga kerja	Satu periode penggemukan	1000	1 00 000	2,2
Kandang	Satu periode penggemukan		50 000	1,1
<b>Sub total (1)</b>			<b>6 205 000</b>	<b>100</b>
<b>Output</b>				
Kulit	1	575 000	575 000	
Kepala	1	300 000	300 000	
Kaki	4 buah	25 000	100 000	
Buntut	5 kg	25 000	125 000	
Usus	7 kg	10 000	70 000	
Babat	8 kg	15 000	120 000	
Ati	4,5 kg	37 000	166 500	
Paru	4 kg	30 000	120 000	
Jantung	0,75 kg	30 000	22 500	
Limpa	1 kg	30 000	30 000	
Ginjal	0,50 kg	25 000	12 500	
Lidah	0, 50 kg	38 000	19 000	
Daging – tulang 20 kg	230 kg	32 000	7 360 000	
<b>Sub Total -2</b>	<b>261,25</b>	<b>34 528</b>	<b>9 020 500</b>	
<b>Penerimaan (Sub total 2-1)</b>			2 815 500	
Biaya prosesing			12 9 000	
Keuntungan/100 hr			2 686 500	
Keuntungan/hari			26 865	

## **Pejagal**

Biaya yang dikeluarkan pejagal meliputi pengangkutan sapi dari tempat pembelian memakai truk ekspedisi plus pengawal dengan biaya rata-rata Rp. 50 000/ekor, untuk tenaga kerja di RPH yang umumnya tidak di upah dengan uang melainkan berupa daging senilai Rp 12.000/ekor/orang. Retribusi pemotongan Rp. 27 500 per ekor. Biaya ternak selama menunggu penyembelihan di kandang RPH ( $\pm$  3 hari) sebesar Rp. 3000 per ekor/hari . Sementara upah mengangkut daging dari RPH sampai menjadi karkas Rp. Sebesar 30.000 sehingga total biaya yang diperlukan dalam proses pemotongan Rp 128 500. Adapun sapi yang dipotong disesuaikan dengan berat karkas yang dipesan, dengan berpatokan bahwa berat karkas 50- 55% dari berat sapi maka jika total pesanan daging 100 Kg sapi yang dipotong seberat 200 Kg. Dengan demikian modal sapi hidup ( @ Rp 17.000) sebesar Rp 3 400 000 + biaya proses pemotongan sampai karkas ( Rp 128.500) = Rp 3.528.500. Dengan harga karkas rata-rata Rp 34.000 maka diperoleh keuntungan Rp. 128 500/ekor sapi.

Berdasarkan pengalaman, seorang pejagal mempunyai cara lain menghitung keuntungan, diantaranya dengan menghitung nilai jual kepala, kaki dan kulit yang masing-masing seharga Rp 300.000, Rp 100 000 dan Rp 575 000 sehingga keuntungan dari penjualan satu ekor sapi adalah Rp 975 000.

Cara menghitung keuntungan lainnya adalah dengan menghitung sebesar 20% dari harga sapi hidup, jadi kalau sapi yang dipotong berat 200 kg dengan harga BH Rp 17.000 maka keuntungan antara  $20\% \times (200 \times \text{Rp } 17\,000) = \text{Rp } 680\,000$ .

Dari uraian diatas maka keuntungan yang diperoleh pejagal bervariasi berdasarkan jumlah karkas yang dipesan atau jumlah sapi yang dipotong dan cara menghitung. Disamping itu mereka tidak memiliki pembukuan "record Keeping" , melainkan bon pembelian atau pengiriman yang kemudian dibuang setelah proses pembayaran selesai.

## **Penjual/Pedagang Daging Sapi di Pasar Konvensional**

Berdagang daging sapi diperlukan pengalaman yang cukup, dimulai dari pengadaan sapi hidup yang berarti harus menguasai pasar dan pemilihan sapi yang bagus. Kemudian menjalin mitra dengan RPH dan tentunya cara memasarkan daging. Tanpa pengetahuan tersebut pedagang tidak akan mampu bersaing. Baik di pasar propinsi

maupun kabupaten, perdagangan daging sapi dikuasai oleh suku Madura. Dalam satu los pasar dijumpai pedagang sebanyak 3 generasi, mulai dari kakek/nenek, anak sampai cucu dengan skala penjualan generasi pertama yang paling besar. Sulit bagi pendatang baru untuk mendapatkan kesempatan menjual daging sapi, hal ini berkaitan dengan Los (Meja tempat berjualan) yang dikuasai oleh keluarga secara turun temurun.

Terdapat tiga kelas pedagang berdasarkan volume penjualan yaitu pedagang besar dengan penjualan minimal 3 ekor, pedagang sedang 1 sampai 2 ekor dan pengecer yang dalam satu hari menjajakan mulai dari 30 kg sampai dengan 100 kg daging sapi.

Asal daging yang dijual tergantung pada skala pedagang. Pedagang besar dan sedang membeli sapi hidup kemudian memotong di RPH pribadi (bagi yang memiliki) atau di RPH pemerintah maupun swasta bagi yang tidak memiliki RPH pribadi. Pedagang kecil memperoleh daging sapi dari pedagang besar atau sedang.

Daging sapi dijual dalam bentuk *parting* dan keadaan segar, warna merah segar segera setelah dipotong di RPH yang terlebih dahulu memeriksa kesehatan sapi. Di pasar konvensional daging tidak dikemas tetapi dijual sesuai permintaan. Masa kadaluarsa hanya satu siang atau sekitar 12 jam, mulai dari RPH sekitar jam 03.00 sampai dengan 15.00 karena pelanggan menghendaki daging segar. Maka pedagang menyesuaikan jumlah daging yang dijual dengan jumlah yang dipesan pelanggan, yang pada malam hari sudah menelpon untuk memberi tahu jumlah daging yang diperlukan. Misalnya jika total daging yang dipesan berjumlah 175 kg maka sapi yang disembelih yang mempunyai berat hidup (BH) 350 Kg (karena karkas diperkirakan 50% dari BH) sehingga jarang dijumpai sisa daging. Jika ada kelebihan hanya 1 sampai 5 kg, umumnya dijual ke pedagang abon atau dendeng dengan harga lebih murah sekitar Rp 1.000 sampai Rp 2.000.

Ketergantungan pedagang pada pelanggan cukup besar karena dengan mempunyai pelanggan dan mengetahui jumlah yang biasa dibeli pedagang akan menentukan jumlah sapi yang akan di potong (bagi pejagal) atau daging yang dipesan kepada pejagal. Hal ini dilakukan untuk menghindari resiko rugi jika daging sampai tidak terjual. Bagi pedagang konvensional, daging yang tidak laku mempunyai resiko yang sangat tinggi karena konsumen yang mayoritas pedagang bakso tidak akan mau membeli daging layu atau yang sudah disimpan di lemari es. Karena pelanggan tukang

bakso sangat pandai membedakan antara daging segar dengan yang sudah disimpan di lemari es, yaitu tidak hanya dengan tampilan daging tetapi juga dengan langsung memegang daging saat membeli. Kalau toh pedagang bakso kurang teliti hingga terbeli daging yang telah layu maka akan ketahuan kemudian, karena bakso tidak kenyal (hancur) dan mereka akan lari sebagai pelanggan yang berarti kerugian besar bagi pedagang.

Pedagang kecil menghitung keuntungan dari per kg daging dimana keuntungan bersih Rp 3 000 - 5 000/kg, sehingga dari volume rata-rata daging terjual sehari diperoleh keuntungan sekitar Rp 99 000 (Tabel-4). Biaya yang dikeluarkan untuk retribusi harian Rp 13.000 dan jumlah tenaga pembantu menjajikan. Pedagang besar memerlukan tenaga sampai 3 orang dan pedagang sedang 2 orang sedangkan pedagang kecil tidak memerlukan tenaga pembantu sehingga mempengaruhi biaya pemasaran. Walaupun biaya pemasaran tinggi namun pedagang besar tetap memperoleh keuntungan tertinggi karena volume penjualan sangat tinggi.

Tabel 4 . Identitas dan Analisis Finansial Pedagang Daging Sapi di Pasar Konvensional dan Keragaan Usaha di Kab. Tuban, Jawa Timur, 2006

Uraian	Pdg Besar	Pdg Sedang	Pdg Kecil
1. <u>Umur (Tahun)</u>	53	35	28
2. <u>Pengalaman berdagang (tahun)</u>	38	30	2-5
3. <u>Pembelian</u>			
• Volume (kg)			
• Harga (Rp 000/kg)	550	175	28
• Nilai (Rp 000)	36	37	38
4. Total biaya pemasaran	19 800	6 475	1 064
	55 950	186 500	60 000
5. <u>Penjualan</u>			
• Volume (kg)			
• Harga (Rp 000/kg)	550	175	16
• Nilai (Rp 000)	38	40	45
6. Keuntungan (Rp 000)	20 900	7 000	729
Profitabilitas (%) <sup>1)</sup>	1 094	375	99
7. Dinamika penjualan (2000-2006) <sup>2)</sup>	4,4	5,6	13,6
8. Permasalahan perdagangan (tiga masalah pokok)	menurun	menurun	menurun
	Daya beli Bibit Saingan	Daya beli	Daya beli

<sup>1)</sup> Keuntungan relatif terhadap total biaya.

<sup>2)</sup> Meningkat / menurun / relatif tetap / fluktuatif

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Produsen maupun pelaku pasar mempunyai berbagai cara dalam menghitung keuntungan dimana keuntungan riil tidak pernah dicatat dalam pembukuan khusus (*record keeping*) sehingga sulit menghitung keuntungan per satuan volume dan waktu yang akurat. Disamping itu batasan status peternak, pedagang sapi dan pejagal juga perlu ditinjau kembali mengingat peran yang sangat berhimpit tersebut. Secara garis besar peternak M mempunyai keuntungan terendah (Rp 5 950/ekor/hari) namun jika memiliki profesionalisme yang lebih baik sehingga mampu berperan ganda sebagai blantik, pedagang atau pejagal dan memberdayakan keluarga untuk berdagang daging di pasar mereka akan memperoleh keuntungan semakin tinggi. Keuntungan sebagai pedagang sapi dalam kabupaten terbesar (Rp 650 000); pedagang ternak antar Kabupaten Rp 214.278 sedangkan pedagang ternak antar Propinsi Rp 248 273. Keuntungan sebagai pedagang daging/hari untuk skala besar Rp 1.094.000; skala sedang Rp 375 000 dan skala kecil Rp 99 000.

### Saran

Berdasarkan fakta diatas, ekonom perlu merumuskan cara akurat dalam menghitung keuntungan agen rantai pasok. Untuk peternak perlu kebijakan meningkatkan posisi tawar dengan meningkatkan kemampuan manajemen secara profesional dimulai dengan mengakomodir pengetahuan yang dimiliki oleh para pelaku pasar dilengkapi dengan pengetahuan *record keeping* menuju pendekatan agroindustri . Disamping itu perlu dilakukan kebijakan memperkecil input terutama berkaitan dengan pengadaan bakalan melalui kredit lunak yang tepat sasaran, cara dan jumlah pengadaan. Untuk pedagang daging diperlukan kebijakan berkaitan dengan peraturan penguasaan tembat berdagang agar tidak dikuasai secara turun-temurun.

Implementasi dari temuan sebelumnya ( Pasandaran dan Kasrino, 2004) yang menyarankan diciptakannya lingkungan yang mendorong terwujudnya kebijakan mencakup perda, insentif untuk prouksi dan infrastruktur segera direalisasikan. Demikian juga dengan pemanfaatan kelembagaan yang telah dirintis oleh masyarakat dijadikan tempat berpijak atau pintu masuk untuk memperkuat sistem yang dibutuhkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik. 2006. Statistik Indonesia. Jakarta
- Direktorat Jenderal Peternakan. 2006. Statistik Peternakan Indonesia. Jakarta
- Dinas Peternakan Propinsi Jawa Timur. 2006. Statistik Peternakan Jawa Timur. Surabaya.
- Djoko Pramono, C. Setiani dan T. Prasetyo. 2004. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.
- Efendi Pasandaran dan Faisal Kasryno. 2004. Prospek dan Sgenda Kebijakan. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.
- Kariyasa, K dan Faisal Kasryno. 2004. Dinamika Pemasaran dan Prospek Pengembangan Ternak Sapi di Indonesia. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.
- Marak Ali, Mursal Boer dan Sadar. 2004. Pemasaran Sapi potong di Sumatra Barat. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.
- Nurmanaf, A. R., S. Sumaryanto., Sri Wahyuni., E. Ariningsih dan Yana Supriyatna. 2007. Analisis Kelayakan dan Perspektif Pengembangan Asuransi Pertanian pada usahatani Padi dan Sapi Potong. Laporan Tengah Tahun. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor
- Rusastra, I. Wayan., Wahyuning, K.S., Sri Wahyuni dan Yana Supriyatna. 2006. Analisis Kelembagaan Kemitraan Rantai Pasok Komoditas Peternakan. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor
- Widyantoro, Akhmad Prabowo dan Soerachman. 2004. Kelembagaan Pemasaran Ternak sapi potong lokal di Lampung. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.
- Yusuf., Marsinah., Made Ratnada dan J. Nulik. 2004. Kelembagaan Pemasaran Sapi Potong di Timur Barat, Nusa Tenggara Timur. Sistem dan Kelembagaan Usahatani Tanaman-Ternak. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. DEPARTEMEN PERTANIAN.