

ANALISIS PEMASARAN TERNAK DOMBA DI SUMATERA UTARA

**(Studi Kasus di Kabupaten Tapanuli Selatan, Asahan
dan Langkat)**

T E S I S



**Oleh
Ellen Nova
NIM 041802005**

**PROGRAM PASCA SARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2006**

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS PEMASARAN TERNAK DOMBA DI
SUMATERA UTARA (Studi Kasus di Kabupaten
Tapanuli Selatan, Asahan dan Langkat)

NAMA : ELLEN NOVA

NIM : 041802005

MENYETUJUI

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

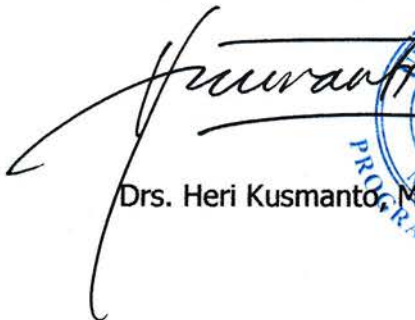


Prof. Dr. Ir. Hasnudi, MS



Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA UMA KETUA PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS



Drs. Heri Kusmanto, MS



Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

Telah diuji Pada Hari Kamis Tanggal 31 Agustus 2006

Panitia Penguji Tesis :

Ketua	: Ir. Erwin Pane, MS
Sekretaris	: Ir. Hj. Siti Mardiana, M. Si
Pembimbing I	: Prof. Dr. Ir. H. Hasnudi, MS
Pembimbing II	: Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS
Penguji Tamu	: Ir. Abdul Rahman, MS

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Hasnudi, MS sebagai pembimbing I atas bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis.
2. Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS, Ketua Program Studi MMA Pascasarjana UMA yang sekaligus sebagai pembimbing II atas bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis.
3. Seluruh staf pangajar dan pegawai pada Program Pascasarjana UMA yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama kuliah di Progam Studi MMA Pascasarjana UMA.
4. Suami tercinta serta putera-puteri kami yang memberikan dorongan, motivasi sehingga penulisan tesis dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ir. A. Rahim Siregar, Kepala Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara yang telah memberikan izin dan bantuan moril untuk penyelesaian studi dan tesis ini.
6. Rekan-rekan staf dinas Peternakan Sumatera Utara yang telah banyak membantu dan memberikan semangat untuk penyelesaian tesis ini.
7. Teman-teman angkatan II Program Studi MMA Pascasarjana UMA dan kepada semua pihak yang telah membantu sampai selesainya penulisan tesis ini.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembangunan peternakan khususnya peternakan domba di provinsi Sumatera Utara.

Medan, September 2006

Penulis

RINGKASAN

Ir. Ellen Nova (NIM 041802005) dengan judul tesis ANALISIS PEMASARAN TERNAK DOMBA DI SUMATERA UTARA (Studi Kasus di Kabupaten Tapanuli Selatan, Asahan dan Langkat). Penelitian dibimbing oleh Bapak Prof. Dr. Ir. Hasnudi, MS dan Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS.

Pelaksanaan penelitian terhadap pemasaran ternak domba di Provinsi Sumatera Utara dengan Studi Kasus di Kabupaten Tapanuli Selatan, Asahan dan Langkat menggunakan metode survei yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek penelitian. Metode analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif, pendekatan kuantitatif dan analisis statistik. Data-data yang diperoleh ditabulasikan dalam bentuk tabel, histogram, dan gambar yang selanjutnya dianalisis sesuai dengan hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status kepemilikan ternak domba di kabupaten Tapanuli Selatan dan Langkat 100% adalah milik sendiri, sedangkan di kabupaten Asahan sebesar 86% dan 14% lainnya menyewa atau menggaduh.

Di kabupaten Tapanuli Selatan usaha ternak domba 100% merupakan skala kecil, di kabupaten Asahan usaha skala kecil 80% sisanya 16% usaha skala sedang dan usaha skala besar sebesar 4%. Di kabupaten Langkat usaha skala kecil sebesar 93%, skala usaha sedang sebesar 4% dan skala usaha besar sebanyak 3%.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pemasaran ternak domba dapat dilakukan melalui agen, pedagang perantara, pedagang besar atau langsung ke konsumen. Saluran pemasaran tersebut terdapat di tiga kabupaten (Tapanuli Selatan, Langkat, dan Asahan). Saluran pemasaran yang ada pada lokasi penelitian menunjukkan kesamaan.

Jumlah saluran pemasaran yang digunakan peternak dominan adalah agen di kabupaten Langkat (72.5%) dan Asahan (71.43%), sedangkan di kabupaten Tapanuli Selatan didominasi oleh pedagang perantara (44.19%). Jumlah pedagang besar relatif kecil yang digunakan peternak untuk memasarkan ternaknya dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lainnya. Cukup tinggi persentase peternak yang secara langsung menjual ternaknya ke konsumen.

Semua lembaga pemasaran yang terlibat di dalam pemasaran ternak domba di lokasi penelitian mendapat keuntungan. Di kabupaten Tapanuli Selatan nilai PJ tertinggi diperoleh pada lembaga pemasaran pedagang pengecer, disusul kemudian agen, pedagang perantara dan yang terkecil pedagang besar. Di kabupaten Langkat, nilai PJ tertinggi diperoleh pada pedagang pengecer, disusul kemudian pedagang perantar, agen dan yang terkecil pedagang besar. Di kabupaten Asahan, nilai PJ tertinggi juga diperoleh pada pedagang pengecer, kemudian agen, pedagang perantara dan yang terkecil pedagang besar.

Nilai *farmer's share* yang diperoleh oleh peternak domba di kabupaten Tapanuli Selatan, Langkat dan Asahan cukup tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran ternak domba sudah efisien. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan juga cukup rendah bila dibagi dengan harga eceran (HE), nilainya 14.23% untuk kabupaten Tapanuli Selatan, 10.03% untuk kabupaten Langkat dan 14.37% untuk kabupaten Asahan.

Pendapatan ternak domba skala usaha kecil di kabupaten Tapanuli Selatan dapat dihitung dengan fungsi linier yang dipengaruhi oleh produktivitas dan harga jual, sedangkan pendapatan ternak domba dengan skala usaha sedang dan besar di kabupaten Langkat dan Asahan tidak dapat dihitung dengan fungsi linier.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	v
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Kerangka Pemikiran	5
Perumusan Masalah	7
Hipotesis	8
Tujuan Penelitian	8
Kegunaan Penelitian	9
TINJAUAN PUSTAKA	10
Potensi Sumatera Utara	10
Ternak Domba	10
Pemasaran	11
Saluran Pemasaran	13
Lembaga Pemasaran	14
Biaya dan Margin Pemasaran	15
Efisiensi Pemasaran	18
METODOLOGI PENELITIAN	21
Lokasi dan Waktu	21
Objek dan Penentuan Wilayah Penelitian	21
Metode Pengumpulan Data	22
Metode Analisis Data	23
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
Karakteristik Peternak Domba	26
Saluran Pemasaran	29
Marjin Pemasaran	31
Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya (PJ)	35

Efisiensi Pemasaran		36
Hubungan Produktivitas		
dan Harga Terhadap		
Pendapatan Ternak		
Domba		39
KESIMPULAN DAN SARAN		43
Kesimpulan		43
Saran		44
DAFTAR PUSTAKA		46



I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Provinsi Sumatera Utara dengan letak geografis 1 - 4 derajat Lintang Utara dan 98 - 100 derajat Bujur Timur dengan ketinggian tempat antara 0 - 1700 meter dari permukaan laut merupakan daerah yang cukup berpotensi untuk pengembangan ternak baik ternak besar, kecil maupun unggas, selain letak yang mendukung keperluan pakan ternak juga cukup tersedia dan peluang pasar juga cukup luas baik pasar lokal, regional maupun pasar luar negeri.

Pembangunan peternakan di Sumatera Utara sudah diarahkan kepada pencapaian target swasembada pangan asal ternak yang derajat kesuksesannya akan sangat dipengaruhi oleh tingkat efisiensi sistem produksi dan minat usaha peternak.

Dilain pihak minat usaha beternak yang tinggi akan sangat ditentukan oleh adanya iklim usaha yang kondusif dan dicirikan oleh kemampuannya dalam memberikan keuntungan layak bagi peternak. Keuntungan yang layak tentunya akan dicapai apabila harga produk jual yang diterima peternak memberikan margin usaha yang memadai.

Harga jual produk yang diterima akan sangat dipengaruhi oleh posisi tawar peternak yang umumnya lemah dan erat hubungannya dengan sistem pemasaran yang terjadi dan diperkirakan bervariasi antar

daerah. Harga jual produk juga dipengaruhi oleh harga di tingkat konsumen akhir serta besar margin niaga yang terjadi disetiap simpul pemasaran. Sementara itu margin usaha akan ditentukan oleh harga jual produk dan tingkat efisien sistem produksi usaha ternak yang diterapkan.

Daging merupakan salah satu bahan pangan yang cukup penting diperlukan tubuh manusia sebagai salah satu sumber protein, salah satu jenis ternak yang direkomendasikan untuk dikembangkan sebagai usaha pemenuhan kebutuhan daging adalah ternak domba sebab ternak ini mudah dipelihara, cepat berkembang, tidak memerlukan modal yang besar dalam pemeliharaannya dan sudah dikenal masyarakat.

Peluang pasar luar negeri cukup besar yaitu lebih kurang 3000 ekor per tahun dapat diekspor ke Malaysia dan dalam jumlah yang besar dapat diekspor ke negara Arab untuk kebutuhan kurban pada lebaran haji namun peluang ini belum dapat terpenuhi., dan ternak domba dapat sebagai penghemat devisa negara.

Di Sumatera Utara perkembangan populasi ternak domba menyebar mengikuti penyebaran penduduk dan pada umumnya berada dipedesaan, hasil studi tata niaga yang dilakukan Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara tahun 2001 diperoleh rata-rata skala pemeliharaan ternak domba antara ekor per kepala keluarga dan frekwensi penjualan empat kali pertahun. Gambaran usaha ternak domba disajikan pada Tabel 1

V. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1981. Pola Operasional Pembinaan Sumber Bibit Kambing. Direktorat Jenderal Bina Produksi Peternakan Depertemen Pertanian. Jakarta.
- Anonim. 2000. Pedoman Beternak Domba. Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara. Medan.
- Anonim. 2001. Tata Niaga Hasil-Hasil Peternakan di Sumatera Utara. Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara. Medan.
- Anonim. 2004. Statistik Peternakan Provinsi Sumatera Utara. Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara. Medan.
- Gultom, H.T.L. 1996. Tataniaga Pertanian. Diktat FP-USU. Medan.
- Hanafiah A.M. dan Saefuddin A.M. 1992. Tataniaga Hasil Pertanian. UI-Pres. Jakarta.
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto. 1987. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Mc Carthy and Perreault. 1993. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Lubis, Z.. 2005. Statistik dan Penerapannya Untuk Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial. Medan.