

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

4.1.1. Deskripsi Umum Kabupaten Batubara

Kabupaten Batubara adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. DPR menyetujui Rancangan Undang-Undang pembentukannya tanggal 8 Desember 2006. Kabupaten ini diresmikan pada tanggal 15 Juni 2007, bersamaan dengan dilantikannya Pejabat Bupati Batubara, Drs. H. Sofyan Nasution, S.H. Kabupaten Batubara merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Asahan dan beribukota di Kecamatan Limapuluh yang merupakan salah satu dari 16 kabupaten dan kota baru yang dimekarkan pada dalam kurun tahun 2006.

Kabupaten ini terletak di tepi pantai Selat Malaka, sekitar 175 km selatan ibu kota Medan. Luas Kabupaten Batubara adalah 904,96 Km² atau 90.496 Ha yang terdiri dari 7 kecamatan yaitu Kecamatan Sei Balai, Tanjung Tiram, Talawi, Lima Puluh, Air Putih, Sei Suka, dan Medang Deras, serta 141 desa dan 10 kelurahan defenitif. Secara geografis, Kabupaten Batubara terletak pada 3° – 4°Lintang Utara dan 99°–100°Bujur Timur. Kabupaten Batubara secara administrasi di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Serdang Bedagai dan Selat Malaka, di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Asahan dan Kabupaten Simalungun, di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Serdang Bedagai dan di sebelah timur berbatasan dengan Selat Malaka dan Kabupaten Simalungun.

Berdasarkan luas daerah menurut kecamatan, Lima Puluh merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah mencapai 239,55 Km² atau 26,47 % dari luas total Kabupaten Batubara. Sedangkan Kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Medan Deras dengan luas 65,47 Km² atau 7,23 % dari luas total Kabupaten Batubara. Adapun perincian luas Kecamatan yang ada di Kabupaten Batubara yaitu :

Tabel 6. Luas Wilayah Kabupaten Batubara Berdasarkan Kecamatan

No.	Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Desa/ Kelurahan
1.	Sei Balai	92,64	14
2.	Tanjung Tiram	173,79	22
3.	Talawi	89,80	20
4.	Lima Puluh	239,55	35
5.	Air Putih	72,24	19
6.	Sei Suka	171,47	20
7.	Medang Deras	65,47	21
	Jumlah	904,96	151

Sumber: Kabupaten Batubara Dalam Angka, 2016.

Jumlah penduduk Kabupaten Batubara pada tahun 2015 sebanyak 400.803 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 443 jiwa per km². Jumlah penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan sebanyak 141.741 jiwa atau sekitar 35,36 % dari keseluruhan jumlah penduduk di kabupaten Batubara dan penduduk yang tinggal di wilayah perdesaan sebanyak 259.062 jiwa atau sekitar 64,64 % dari keseluruhan jumlah penduduk di Kabupaten Batubara, sedangkan laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Batubara sebesar 1.09 % pada tahun 2015.

Bila dilihat jumlah penduduk perkecamatan, maka Kecamatan Lima Puluh merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar yang mencapai 89.864 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0.93 % per tahun pada tahun 2015,

sedangkan jumlah penduduk yang terkecil adalah Kecamatan Sei Balai dengan jumlah penduduk sebesar 27.827 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduknya mencapai 0.79 % per tahun pada tahun 2015. Kemudian Kecamatan terpadat penduduknya adalah Kecamatan Medang Deras dengan rata-rata kepadatan penduduknya adalah 801 jiwa per km². Sedangkan yang terjarang adalah Kecamatan Sei Balai dengan rata-rata kepadatan penduduknya adalah 300 jiwa perkm².

Dilihat dari kelompok umur pada tahun 2014, persentase penduduk usia 0-14 tahun sebesar 33,14 %, 15-64 tahun sebesar 56,02 % dan penduduk diatas 64 tahun sebesar 4,21 % dengan demikian jumlah penduduk usia produktif lebih besar dibandingkan penduduk usia non-produktif. Penduduk Batubara yang menganut agama islam pada tahun 2015 sebesar 328.122 jiwa, Protestan sebesar 37.289 jiwa, Katolik sebesar 8.730 jiwa, Hindu sebesar 75 jiwa dan agama Budha sebesar 1.183 jiwa.

4.1.2. Peternakan Sapi Kabupaten Batubara

Kondisi peternakan sapi di Kabupaten Batubara cukup berkembang. Kondisi ini dapat dilihat dari jumlah populasi ternak dan perkembangan populasi ternak setiap tahun. Tabel di bawah ini menyajikan perkembangan populasi sapi di Kabupaten Batubara.

Tabel 7. Perkembangan Populasi Sapi di Kabupaten Batubara

Tahun	Sapi (ekor)	Perkembangan	
		Jumlah	%
2011	25.813	-	-
2012	27.598	1.785	6,92
2013	27.785	187	0,68
2014	28.366	581	2,09
2015	30.891	2.525	8,90
2016	38.436	7.545	19,63

Sumber: Dinas Peternakan dan Perkebunan Kabupaten Batubara, 2017.

Berdasarkan tabel diatas bahwa populasi ternak sapi di Kabupaten Batubara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Usaha ternak sapi di Kabupaten Batubara dilakukan oleh rumah tangga peternak, dimana sebagian besar juga mengusahakan lahan perkebunan. Jumlah sapi yang dipelihara oleh setiap rumah tangga peternak di Kabupaten Batubara sangat bervariasi, sebagian besar dari mereka dipengaruhi oleh ketersediaan modal. Jumlah populasi ternak sapi di Kabupaten Batubara adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Populasi Ternak Sapi di Kabupaten Batubara Menurut Kecamatan, 2011 – 2016 (Ekor).

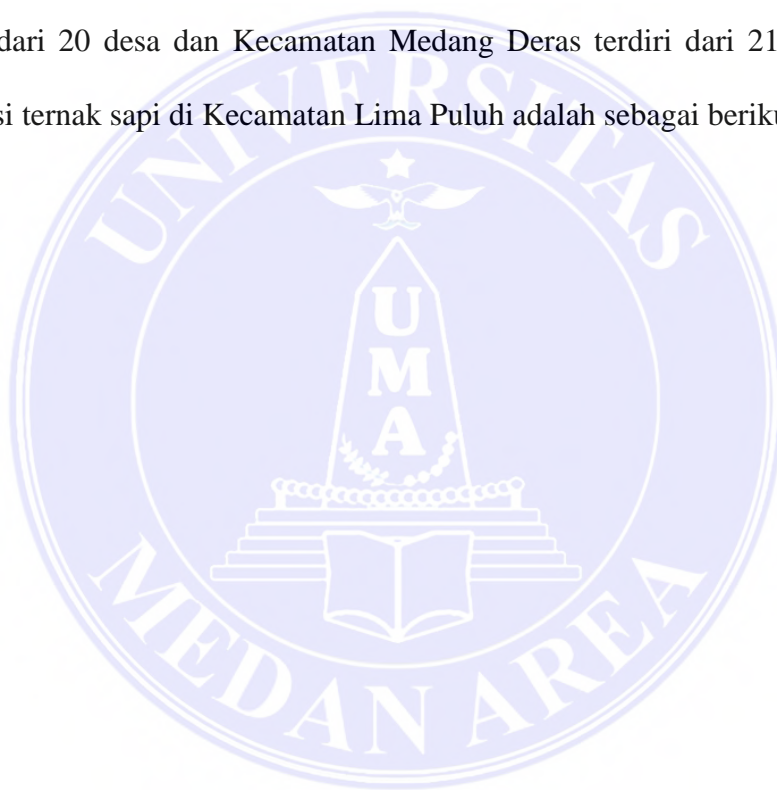
No	Kecamatan	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Medang Deras	433	221	281	295	293	503
2	Sei Suka	4.607	3.012	3.055	3.218	3.264	9.145
3	Air Putih	421	351	434	456	429	520
4	Lima Puluh	14.209	17.919	18.023	18.930	20.487	18.594
5	Talawi	3.347	3.284	3.200	3.360	3.419	3848
6	Sei Balai	2.093	1.959	1.921	2.017	2.053	4.772
7	Tanjung Tiram	703	852	871	815	945	1.054
	Jumlah	25.813	27.598	27.785	29.091	30.890	38.436

Sumber: Dinas Peternakan Kabupaten Batubara, 2017

Dari tabel 8 diperoleh bahwa jumlah populasi ternak sapi terbesar menurut kecamatan pada tahun 2016 berada di Kecamatan Lima Puluh sebesar 18.594 ekor sapi atau 48,37 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara, kemudian dengan

populasi menengah terdapat di Kecamatan Sei Suka dengan jumlah populasi sebesar 9.145 ekor sapi atau sebesar 23,79 % dari total seluruh populasi sapi di Kabupaten Batubara dan populasi sapi terkecil berada di Kecamatan Medang Deras dengan jumlah populasi sebesar 503 ekor sapi atau hanya sebesar 1,3 % dari total seluruh populasi sapi di Kabupaten Batubara.

Kecamatan Lima Puluh terdiri dari 35 desa, sedangkan Kecamatan Sei Suka terdiri dari 20 desa dan Kecamatan Medang Deras terdiri dari 21 desa. Jumlah populasi ternak sapi di Kecamatan Lima Puluh adalah sebagai berikut:



Tabel 9. Populasi Ternak Sapi Menurut Desa di Kecamatan Lima Puluh tahun 2016.

No	Desa	Jenis Kelamin						Total (ekor)	Rumah Tangga Peternak (KK)
		Jantan (ekor)			Betina (ekor)				
		Anak	Muda	Dewasa	Anak	Muda	Dewasa		
	Sumber								
1	Makmur	120	85	17	107	125	320	774	93
2	Mangkai Lama	272	240	27	365	405	1087	2396	192
3	Mangkai Baru	152	145	25	134	155	389	1000	83
4	Kel. Lima Puluh kota	30	36	8	32	36	108	250	25
5	Perk. Lima Puluh	118	77	35	114	187	369	900	115
6	Perk. Tanah Gambus	75	89	31	121	137	328	781	92
7	Simpang Gambus	211	188	46	235	248	722	1650	127
8	Tanah Itam Ilir	92	58	18	87	99	296	650	75
9	Lubuk Cuik	91	85	59	137	151	348	871	99
10	Gunung Bandung	60	35	14	24	45	122	300	56
11	Bulan – Bulan	27	30	16	37	42	133	285	67
12	Lubuk Keladi	65	52	11	63	57	152	400	69
13	Tanah Itam Ulu	173	148	98	165	169	457	1210	125
14	Lubuk Besar	194	173	148	182	194	499	1390	162
15	Lubuk Hulu	77	68	14	115	128	298	700	92
16	Pulau Sejuk	25	35	10	30	53	147	300	35
17	Simpang Dolok	5	7	0	5	12	31	60	20
18	Guntung	7	10	4	16	12	31	80	25
19	Barung-Barung	32	23	5	29	36	75	200	36
20	Perupuk	21	32	20	28	36	43	180	48
21	Sumber Rejo	75	58	21	71	68	307	600	85
22	Empat Negeri	102	121	26	134	151	420	957	134
23	Sumber Padi	133	97	20	132	134	461	977	80
24	Perk. Dolok	14	13	3	12	13	45	100	40
25	Perk. Limau Manis	13	12	3	10	13	34	85	31
26	Antara	77	67	17	65	73	201	500	55
27	Kwala Gunung	37	29	3	43	41	67	220	26
28	Perk. Kwala Gunt	9	7	1	8	7	18	50	12
29	Air Hitam	18	17	5	19	35	53	147	17
30	Gambus Laut	12	6	4	13	11	24	70	16
31	Pematang Panjang	11	6	2	5	7	19	50	14
32	Pematang Tengah	6	10	3	7	4	20	50	15
33	Titi Merah	36	45	15	33	36	75	240	45
34	Titi Putih	11	14	6	16	19	34	100	13
35	Pasir Permit	12	10	5	9	11	24	71	20
	Total	2.416	2.128	740	2.603	2.950	7.757	18.594	2.239

Sumber : Dinas Peternakan dan Perkebunan Kabupaten Batubara, 2017

Keterangan : Anak = < 1 tahun

Muda = 1-2 tahun.

Dewasa = > 2 tahun

Dari tabel 9 diperoleh bahwa jumlah populasi ternak sapi yang terbesar terdapat di Desa Mangkai Lama dengan jumlah populasi sebesar 2.396 ekor sapi atau 6,2 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 12,8 % dari total populasi sapi di Kecamatan Lima Puluh dengan jumlah rumah tangga peternak sebanyak 192 KK, kemudian di Desa Mangkai Baru jumlah populasi nya sebesar 1000 ekor sapi atau 2,6 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 5,3 % dari total populasi sapi di Kecamatan Lima Puluh dengan rumah tangga peternak sebanyak 83 KK dan Desa Perkebunan Kwala Gunung merupakan jumlah populasi terkecil di Kecamatan Lima Puluh dengan jumlah populasi hanya 50 ekor sapi saja atau 0,13 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 0,26 % dari dari total populasi sapi di Kecamatan Lima Puluh dengan rumah tangga peternak sebanyak 12 KK. Jumlah populasi sapi di Kecamatan Sei Suka disajikan pada tabel 10 berikut:

Tabel 10. Populasi ternak sapi menurut desa di Kecamatan Sei Suka tahun 2016.

No	Desa	Jenis Kelamin						Total (ekor)	Rumah Tangga Peternak (KK)
		Jantan (ekor)			Betina (ekor)				
		Anak	Muda	Dewasa	Anak	Muda	Dewasa		
1	Tanjung Prapat	181	83	32	118	151	585	1.150	145
2	Laut Tador	195	228	35	233	308	651	1.650	132
3	Pianggiran Laut Tador	75	102	14	61	75	193	520	78
4	Dewi Sri	127	182	33	121	154	398	1.015	96
5	Perk. Tanjung Kasau	42	50	8	27	29	74	230	32
6	Tanjung Kasau	14	11	2	13	10	24	74	13
7	Tanjung Seri	31	87	18	21	34	65	256	15
8	Mekar Sari	97	173	18	38	35	89	450	72
9	Sei Simujur	197	128	22	203	137	463	1.150	97
10	Kandangan	60	110	32	67	55	126	450	68
11	Brohol	25	11	5	12	22	45	120	26
12	Sei Suka Deras	91	950	57	102	93	207	1.500	167
13	Kel. Perk. Sipare - Pare	3	5	2	6	4	15	35	7
14	Tanjung Gading	1	1	1	1	2	4	10	2
15	Simpang Kopi	1	1	1	2	2	5	12	2
16	Kwala Tanjung	26	19	5	30	24	46	150	21
17	Simodong	42	45	21	52	73	97	330	72
18	Kuala Indah	1	2	2	4	3	7	19	3
19	Pematang Jering	2	1	1	1	2	4	11	2
20	Pematang Kuing	1	2	1	3	1	5	13	2
Total		1.212	2.191	310	1.115	1.214	3.103	9.145	1.052

Sumber: Dinas Peternakan dan Perkebunan Kabupaten Batubara, 2017

Keterangan : Anak = < 1 tahun

Muda = 1-2 tahun.

Dewasa = > 2 tahun.

Dari tabel 10 diperoleh bahwa jumlah populasi ternak sapi yang terbesar di Kecamatan Sei Suka terdapat di Desa Laut Tador dengan jumlah populasi sebesar 1.650 ekor sapi atau 4,29 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 18 % dari total populasi sapi di Kecamatan Sei Suka dengan jumlah rumah tangga peternak sebanyak 132 KK, kemudian di Desa Dewi Sri jumlah populasi nya

sebesar 1015 ekor sapi atau 2,6 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 11 % dari total populasi sapi di Kecamatan Sei Suka dengan rumah tangga peternak sebanyak 96 KK dan Desa Tanjung Gading merupakan jumlah populasi terkecil di Kecamatan Sei Suka dengan jumlah populasi hanya 10 ekor sapi saja atau 0,02 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 0,1 % dari dari total populasi sapi di Kecamatan Sei Suka dengan rumah tangga peternak sebanyak 2 KK.

Jumlah populasi sapi di Kecamatan Medang Deras disajikan pada tabel 11 berikut :



Tabel 11. Populasi ternak sapi menurut desa di Kecamatan Medang Deras tahun 2016.

No	Desa	Jenis Kelamin						Total (ekor)	Rumah Tangga Peternak (KK)
		Jantan (ekor)			Betina (ekor)				
		Anak	Muda	Dewasa	Anak	Muda	Dewasa		
1	Pangkalan Dodek	1	2	1	1	1	4	10	2
2	Pangkalan Dodek Baru	3	1	1	1	2	5	13	3
3	Mandarsyah	16	19	11	32	27	67	172	26
4	Pagurawan	4	2	1	2	3	7	19	5
5	Sidomulyo	1	3	1	3	2	6	16	3
6	Aek Nauli	1	1	1	0	1	3	7	2
7	Sei Buah Keras	4	2	1	1	3	7	18	4
8	Nenas Siam	2	1	1	1	3	5	13	2
9	Durian	3	2	1	2	4	8	20	5
10	Pematang Nibung	1	3	1	4	2	7	18	4
11	Medang	3	4	1	3	1	8	20	3
12	Medang Baru	2	1	1	1	2	5	12	2
13	Sei Rakyat	2	3	1	1	1	5	13	3
14	Sei Raja	1	1	1	1	2	4	10	2
15	Lalang	13	8	3	9	12	25	70	11
16	Pakam	1	3	1	2	2	6	15	3
17	Pakam Raya	0	2	1	2	1	4	10	3
18	Pakam Raya Selatan	2	2	1	1	0	3	9	2
19	Pematang Cengkring	2	1	1	1	1	5	11	3
20	Cengkring Pekan	1	1	1	0	2	3	8	3
21	Tanjung Sigoni	4	3	1	2	3	6	19	4
Total		67	65	33	70	75	193	503	95

Sumber: Dinas Peternakan dan Perkebunan Kabupaten Batubara, 2017

Keterangan: Anak = < 1 tahun

Muda = 1-2 tahun.

Dewasa = > 2 tahun.

Dari tabel 11 diperoleh bahwa jumlah populasi ternak sapi yang terbesar di Kecamatan Medang Deras terdapat di Desa Mandarsyah dengan jumlah populasi sebesar 172 ekor sapi atau 0,44 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara

dan 34,19 % dari total populasi sapi di Kecamatan Medang Deras dengan jumlah rumah tangga peternak sebanyak 26 KK, kemudian di Desa Lalang jumlah populasi nya sebesar 70 ekor sapi atau 0,18 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 13 % dari total populasi sapi di Kecamatan Medang Deras dengan rumah tangga peternak sebanyak 11 KK dan Desa Aek Nauli merupakan jumlah populasi terkecil di Kecamatan Medang Deras dengan jumlah populasi hanya 7 ekor sapi saja atau 0,018 % dari total populasi sapi di Kabupaten Batubara dan 1,3 % dari dari total populasi sapi di Kecamatan Medang Deras dengan rumah tangga peternak sebanyak 2 KK.

4.2. Karakteristik Responden

Peternakan di Kabupaten Batubara disuahkan oleh peternak dalam skala usaha ternak kecil (ternak rakyat). Hampir sebagian besar usaha peternakan dilakukan oleh anggota keluarga peternak. Maka perlu diketahui karakteristik responden sebagai keluarga, yang diperkirakan akan mempengaruhi kegiatan usaha peternakan secara langsung maupun tidak langsung. Responden dalam penelitian ini adalah peternak sebanyak 85 orang, dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel. 12. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (tahun)	Jumlah	Prosentase
1	> 20	1	1,2
2	20 – 29	3	3,5
3	30 – 39	23	27,1
4	40 – 49	29	34,1
5	50 – 59	26	30,6
6	60	3	3,5
Jumlah		85	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017.

Berdasarkan usia, responden yang paling banyak (34,1%) adalah pada kelompok umur 40 – 49 tahun, kemudian umur 50 – 59 tahun sebanyak 30,6%.

Tabel 13. Jumlah Responden Berdasarkan Pengalaman Beternak

No.	Pengalaman	Jumlah	Presentase
1	0 – 5 tahun	28	32,9
2	6 - 10 tahun	34	40
3	11 – 15 tahun	16	18,9
4	> 15 tahun	7	8,2
	Jumlah	85	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017.

Berdasarkan pengalaman beternak responden yang paling banyak adalah antara 6 – 10 tahun yaitu sebanyak 34 orang (40 %), dan yang paling sedikit adalah diatas 15 tahun yaitu sebanyak 7 orang (8,2%).

Tabel 14. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD	19	22,35
2	SMP sederajat	20	23,53
3	SMA sederajat	43	50,59
4	S1	3	3,53
	Jumlah	85	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017.

Tabel 14 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah dengan pendidikan SMA sederajat yaitu 43 orang (50,59%), kemudian dengan pendidikan SMP sederajat sebanyak 20 orang (23,53%).

4.3. Saluran Pemasaran dan Harga Sapi di Kabupaten Batubara.

4.3.1. Saluran Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara.

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran sapi di Kabupaten Batubara pada dasarnya terdiri dari 4 (empat) saluran yaitu;

1. Peternak - Pedagang Pengumpul (Agen) Lokal – Pedagang Besar - Jagal.
2. Peternak - Pedagang Pengumpul (Agen) Lokal – Peternak.
3. Peternak – Pedagang Pengumpul (Agen) Lokal - Pedagang Luar Daerah.
4. Peternak – Konsumen /Jagal.

Lembaga pemasaran sapi di Kabupaten Batubara meliputi peternak, pedagang pengumpul (agen) lokal, pedagang besar, jagal dan pedagang luar Kabupaten. Sistem jual beli dengan taksiran yaitu dengan melihat penampilan sapi dan memperkirakan berat badan sapi.

Tabel 15. Persentase Peternak Sapi Sampel di Kabupaten Batubara yang Menggunakan Tipe Saluran Pemasaran.

	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4
Jumlah Peternak	39	28	14	4
Persentase (%)	45,9	32,9	16,5	4,7

Sumber: Data primer diolah, 2017

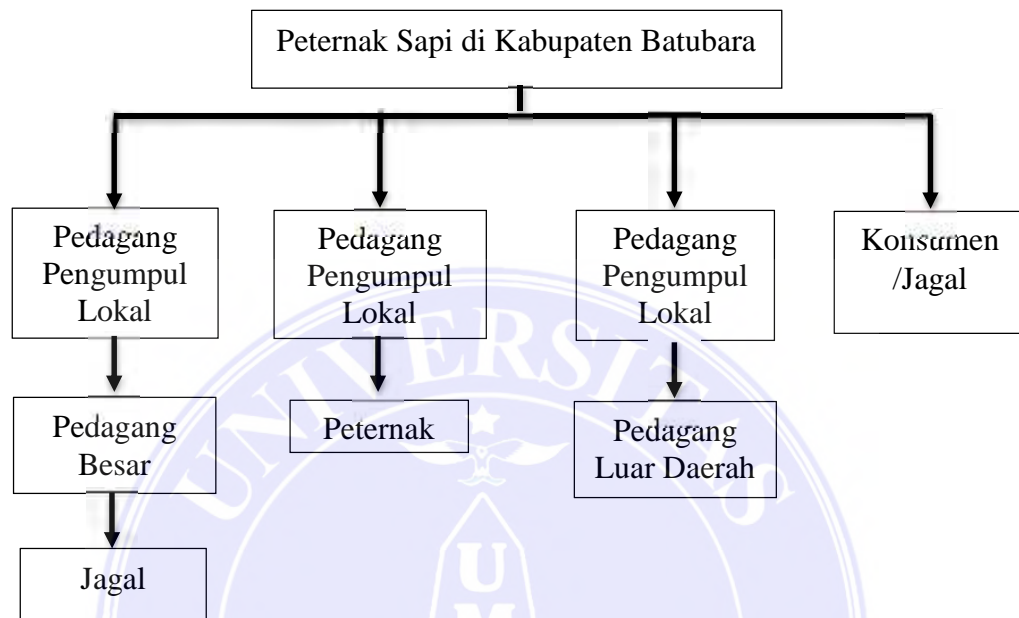
Tabel 15, menunjukkan bahwa dari 85 responden sebanyak 39 peternak terlibat pada saluran 1, 28 peternak pada saluran 2, 14 peternak terlibat pada saluran 3 dan 4 peternak terlibat pada saluran 4, mayoritas peternak responden memilih saluran 1 sebagai saluran pemasaran sapi mereka, selanjutnya peternak memilih saluran 2, saluran 3 dan yang paling sedikit di saluran 4. Kedepannya jika jumlah jagal ataupun konsumen langsung yang ikut berpartisipasi di saluran 4 semakin banyak tidak tertutup kemungkinan peternak akan beralih menggunakan saluran ini.

Peternak memilih saluran 1, saluran 2 dan saluran 3 dibandingkan dengan saluran 4 saat ini dikarenakan saluran tersebut menyerap berapapun sapi peternak pada waktu kapanpun peternak ingin menjual hasil ternaknya. Kemudian berdasarkan penelitian di lapangan para pedagang pengumpul lokal yang terlibat

dalam memasarkan sapi di Kabupaten Batubara lebih memilih untuk memasarkan sapi yang mereka beli dari peternak dengan saluran 1 dan saluran 2 dikarenakan lebih mudah dalam penjualan sapi, di karenakan lebih muda dalam menemukan pedagang besar dan peternak sebagai konsumen langsung dibandingkan dengan pedagang luar daerah serta jarak yang mereka tempuh untuk memasarkan sapi lebih dekat, sehingga dapat menekan biaya yang dikeluarkan. Para pedagang luar daerah juga hanya mau membeli sapi dalam jumlah yang besar, sehingga para pedagang pengumpul lokal kesulitan dalam hal modal untuk mengumpulkan sapi dari peternak yang ada.

Keempat saluran memang diprediksi akan berkembang dengan cepat mengingat tujuan pemasarannya lebih banyak tidak terbatas pada pedagang yang ada pada kecamatan - kecamatan tetapi sampai pedagang kabupaten yang ada di Kabupaten Batubara dan wilayah lainnya hingga pedagang tingkat propinsi dalam pemasaran sapi ini. Begitupun volume sapi yang dipasarkan pada saluran-saluran ini akan naik seiring dengan bertambahnya permintaan pasar yang ada di masing-masing tujuan pemasaran. Rantai pemasaran ataupun tataniaga pemasaran sapi oleh

peternak melalui 4 saluran pemasaran di Kabupaten Batubara dapat di lihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 3. Tataniaga Sapi di Kabupaten Batubara Pada 4 Tipe Saluran Pemasaran.

Keterangan :

—————> Menyatakan hubungan.

4.3.2. Harga Sapi Pada Setiap Saluran Pemasaran di Kabupaten Batubara.

Dari hasil penelitian yang diperoleh di lapangan data bahwa harga sapi per ekor di tiap lembaga pemasaran pada 4 tipe saluran pemasaran berbeda-beda.

Perbedaan harga tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 16. Harga Pada 4 Saluran Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara.

Saluran Pemasaran	Peternak (Rata-Rata Harga Jual Rp/Ekor)	Agen Lokal (Rata-Rata Harga Beli Rp/Ekor)	Pedagang Besar (Rata-Rata Harga Beli Rp/Ekor)	Pedagang Luar Kota (Rata-Rata Harga Beli Rp/Ekor)	Konsumen / Jagal (Rata-Rata Harga Beli Rp/Ekor)
Saluran 1	14.548.166	14.548.166	15.783.333		16.916.667
Saluran 2	9.652.083	9.652.083			10.593.750
Saluran 3	14.765.333	14.765.333		16.625.000	
Saluran 4	15.318.333				15.318.333

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Dari tabel 16 menunjukkan bahwa harga sapi pada masing-masing saluran pemasaran di Kabupaten Batubara sebagai berikut:

- a. Saluran 1 (satu) yaitu; peternak menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal dengan harga rata-rata Rp.14.548.166/ekor, dimana sapi yang pasarkan adalah sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 13.156.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 16.400.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 17.700.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 10.833.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 12.100.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 17.100.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

Kemudian pedagang pengumpul lokal menjual ke pedagang besar dengan harga rata-rata sebesar Rp.15.783.333/ekor, dimana sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 14.500.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 17.800.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 19.000.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 11.800.000/ekor, sapi

Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 13.300.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 18.300.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

Pedagang besar menjual kembali ke jagal dengan harga rata – rata sebesar Rp. 16.916.667/ekor, dimana sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 15.750.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 18.750.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 20.000.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 13.000.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 14.500.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 19.500.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

- b. Saluran 2 (dua) yaitu; peternak sapi menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal dengan harga rata-rata Rp. 9.652.083/ekor, dimana pada saluran 2 ini sapi yang pasarkan adalah sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.7.900.000/ekor, sapi Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.9.250.000/ekor, sapi Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.10.750.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.6.000.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.7.000.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.9.625.000/ekor untuk yang berumur dibawah 1 tahun serta sapi jenis PO dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.10.500.000/ekor, sapi Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.12.000.000/ekor, sapi

Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.13.250.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.7.500.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.9.750.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.12.300.000/ekor untuk yang berumur 1 tahun.

Kemudian pedagang pengumpul lokal menjual ke peternak kembali dengan harga rata-rata Rp. 10.593.750/ekor, dimana sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.8.750.000/ekor, sapi Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.10.250.000/ekor, sapi Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.11.750.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.6.750.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.7.875.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.10.625.000/ekor untuk yang berumur dibawah 1 tahun serta sapi jenis PO dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.11.500.000/ekor, sapi Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.13.000.000/ekor, sapi Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.14.375.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.8.250.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.10.625.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.13.375.000/ekor untuk yang berumur 1 tahun.

- c. Saluran 3 (ketiga) yaitu; peternak menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal dengan harga rata-rata Rp. 14.765.333/ekor, dimana sapi yang

pasarkan adalah sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.13.600.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.16.750.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.18.000.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.11.000.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.12.142.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.17.100.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

Kemudian pedagang pengumpul lokal menjual ke pedagang luar daerah dengan harga rata – rata Rp. 16.625.000/ekor, dimana sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 16.000.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 18.500.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 20.000.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 12.500.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 13.750.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 19.000.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

- d. Saluran 4 (empat) yaitu; Peternak langsung menjual sapi mereka ke konsumen ataupun jagal yang datang dengan harga rata-rata sebesar Rp.15.318.333/ ekor, dimana sapi yang pasarkan adalah sapi jenis Peranakan Ongole (PO) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.14.000.000/ekor, sapi jenis Brahman dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.17.000.000/ekor, sapi jenis Limousin dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.20.000.000/ekor, sapi Bali dengan harga jual rata-rata sebesar

Rp.11.000.000/ekor, sapi Lokal (madras) dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.12.160.000/ekor dan sapi jenis Simental dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.17.750.000/ekor yang berumur 2 – 3 tahun.

4.4. Analisis Biaya Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara

4.4.1. Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 1

Biaya pemasaran pada masing – masing lembaga pemasaran sapi pada saluran 1 di Kabupaten Batubara disajikan pada tabel 17 berikut:

Tabel 17. Biaya Pemasaran Sapi Pada Saluran 1 di Kabupaten Batubara 2017.

Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Ekor)	Nilai (Rp/Ekor)
1. Harga jual peternak		14.548.166
2. Pedagang Pengumpul Lokal		
a. Harga beli dari peternak	14.548.166	
b. Biaya pemasaran	169.000	
c. Harga jual ke pedagang besar		15,783.333
d. Marjin bersih pedagang pengumpul	1.066.167	
3. Pedagang Besar		
a. Harga beli dari pedagang pengumpul	15,783.333	
b. Biaya pemasaran	127.500	
c. Harga jual ke jagal		16.916.667
d. Marjin bersih pedagang besar	1.005.834	

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel 17, menunjukkan pada saluran pemasaran 1 mempunyai lembaga pemasaran yaitu: peternak, pedagang pengumpul lokal, pedagang besar dan jagal.

Adapun biaya yang tercipta pada saluran 1 yaitu:

) Biaya yang ditanggung pedagang pengumpul lokal pada saat memasarkan sapi meliputi biaya penampungan selama sapi berada di tempat kandang penampungan pedagang dengan rata-rata sebesar Rp.27.000/ekor, biaya redistribusi (surat sehat hewan ternak dari puskesmas ataupun mantri hewan

di desa dan biaya restribusi selama pengangkutan sapi dari peternak ke rumah pedagang dan ke peternak kembali pada saat menjual sapi) dengan rata-rata sebesar Rp.22.000/ekor sapi, biaya transportasi sapi pada saat pedagang menjual sapi ke pedagang besar kabupaten dengan rata-rata sebesar Rp.70.000/ekor sapi dan biaya tenaga kerja yang digunakan untuk pemasaran dengan rata-rata sebesar Rp.50.000/ekor sapi.

) Biaya yang ditanggung oleh pedagang besar kabupaten pada saat memasarkan sapi meliputi biaya penampungan selama sapi berada di tempat kandang penampungan pedagang dengan rata-rata sebesar Rp.15.000/ekor, biaya restribusi dengan rata-rata sebesar Rp.12.500/ekor sapi, biaya transportasi sapi pada saat pedagang menjual sapi ke jagal dengan rata-rata sebesar Rp.50.000/ekor sapi dan biaya tenaga kerja yang digunakan untuk pemasaran dengan rata-rata sebesar Rp.50.000/ekor sapi.

) Besarnya biaya pemasaran pada saluran 1 rata-rata sebesar Rp.296.500/ekor sapi dimana biaya pemasaran pedagang pengumpul lokal rata-rata sebesar Rp.169.000/ekor sapi dan biaya pemasaran pedagang besar kabupaten rata-rata sebesar Rp.127.500/ekor sapi.

Margin yang diperoleh lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul lokal sebesar Rp.1.066.167/ekor sapi dan pedagang besar kabupaten sebesar Rp.1.005.834/ekor sapi. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran menurut Rahim dan Hastuti (2007), yang mendasari bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka margin dan biaya pemasaran juga akan semakin besar. Harga rata-rata sapi di tingkat peternak sebesar Rp.14.548.166/ekor jauh lebih kecil dari harga rata-rata

yang di bayarkan oleh jagal sebesar Rp.16.916.667/ekor. Oleh karena itu secara tidak langsung biaya pemasaran dibebankan kepada peternak sebagai produsen sapi dengan jalan menerima pembelian yang rendah. Dalam saluran ini pedagang besar menerima keuntungan terbesar karena merupakan pengendali harga sapi.

4.4.2. Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 2

Biaya pemasaran pada masing – masing lembaga pemasaran sapi pada saluran 2 di Kabupaten Batubara disajikan pada tabel 18 berikut:

Tabel 18. Biaya Pemasaran Sapi Pada Saluran 2 di Kabupaten Batubara 2017.

Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Ekor)	Nilai (Rp/Ekor)
1. Harga jual peternak		9.652.083
2. Pedagang Pengumpul Lokal		
a. Harga beli dari peternak	9.652.083	
b. Biaya pemasaran	162.500	
c. Harga jual ke peternak/konsumen		10.593.750
d. Marjin bersih pedagang pengumpul	779.167	

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel 18, menunjukkan pada saluran pemasaran 2 mempunyai lembaga pemasaran yaitu: peternak dan pedagang pengumpul lokal. Adapun biaya yang tercipta pada saluran 2 yaitu:

) Biaya yang ditanggung pedagang pengumpul lokal pada saat memasarkan sapi meliputi biaya restribusi (surat sehat hewan ternak dari puskesmas ataupun mantri hewan di desa dan biaya restribusi selama pengangkutan sapi dari peternak ke rumah pedagang dan ke peternak kembali pada saat menjual sapi) dengan rata-rata sebesar Rp.21.250/ekor sapi, biaya penampungan selama sapi berada di tempat kandang penampungan pedagang dengan rata-rata sebesar Rp.22.500/ekor, biaya transportasi sapi

pada saat pedagang menjual sapi ke peternak dengan rata-rata sebesar Rp.68.750/ekor sapi dan biaya tenaga kerja yang digunakan untuk pemasaran dengan rata-rata sebesar Rp.50.000/ekor sapi.

Margin yang diperoleh lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul lokal sebesar Rp.779.167/ekor sapi.

4.4.3. Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 3

Biaya pemasaran pada masing – masing lembaga pemasaran sapi pada saluran 3 di Kabupaten Batubara disajikan pada tabel 19 berikut:

Tabel 19. Biaya Pemasaran Sapi Pada Saluran 3 di Kabupaten Batubara 2017.

Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Ekor)	Nilai (Rp/Ekor)
1. Harga jual peternak		14.765.333
2. Pedagang Pengumpul Lokal		
a. Harga beli dari peternak	14.765.333	
b. Biaya pemasaran	530.000	
c. Harga jual ke pedagang luar kota		16.625.000
d. Margin bersih pedagang pengumpul	1.329.667	

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 19, menunjukkan pada saluran pemasaran 3 mempunyai lembaga pemasaran yaitu: peternak sebagai produsen, pedagang pengumpul lokal dan pedagang luar daerah. Biaya pemasaran yang tercipta pada saluran 3 yaitu:

) Biaya yang ditanggung pedagang pengumpul lokal pada saat memasarkan sapi meliputi biaya restribusi (surat sehat hewan ternak dari puskesmas ataupun mantri hewan di desa, surat keterangan penampungan hewan dari pasar hewan dan biaya restribusi lain selama pengangkutan sapi dari peternak ke rumah pedagang kemudian ke pedagang luar kota pada saat memasarkan sapi) dengan rata-rata sebesar Rp.37.500/ekor sapi, biaya

penampungan selama sapi berada di tempat kandang penampungan pedagang dengan rata-rata sebesar Rp.30.000/ekor, biaya transportasi dan biaya tenaga kerja pada saat pedagang menjual sapi ke pedagang luar daerah dengan rata-rata sebesar Rp.462.500/ekor sapi. Margin yang diperoleh lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul lokal sebesar Rp.1.329.667/ekor sapi.

4.4.4. Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 4

Pada saluran 4 biaya pemasaran sapi tidak dihitung, dikarenakan pada saluran ini peternak langsung menjual sapi kepada konsumen ataupun jagal. Disini konsumen ataupun jagal langsung datang ke peternak sehingga biaya restribusi dan biaya transportasi semua di tanggung oleh konsumen ataupun jagal yang membeli sapi (berdasarkan persepsi dari peternak).

4.5. Analisis Margin Pemasaran, Distribusi Net Margin, Share Margin dan Price Spread.

4.5.1. Analisis Margin Pemasaran.

Hasil perhitungan margin pemasaran dari 4 tipe saluran pemasaran sapi di Kabupaten Batubara disajikan pada tabel 20 berikut:

Tabel 20. Margin Pemasaran Pada 4 Saluran Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara.

Harga (Tingkat)	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4
Peternak	14.548.166	9.652.083	14.765.333	15.318.333
Konsumen Akhir	16.916.667	10.593.750	16.625.000	15.318.333
Margin Pemasaran	2.368.501	941.667	1.859.667	0
Net Margin Pemasaran	2.072.001	779.167	1.329.667	0

Sumber: Data Primer Diolah 2017.

Tabel 20, menunjukkan bahwa margin pemasaran yang paling besar adalah pada saluran 1 sebesar Rp.2.368.501 dengan tujuan akhir jagal. Sedangkan margin pemasaran yang paling kecil adalah pada saluran 4 sebesar Rp.0. Dari segi margin pemasaran dapat disimpulkan bahwa saluran 4 merupakan saluran pemasaran sapi yang paling efisien di daerah penelitian. Hal ini dikatakan efisien karena peternak mendapatkan harga yang paling tinggi dibandingkan tiga saluran lainnya. Menurut Daniel (2002) semakin banyak lembaga tataniaga yang terlibat, semakin panjang rantai tataniaga dan semakin besar biaya pemasaran komoditi tersebut. Secara teknis dapat dikatakan bahwa semakin pendek rantai tataniaga suatu barang hasil pertanian maka: (1) Biaya tataniaga semakin rendah, (2) Margin tataniaga juga semakin rendah, (3) Harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah dan (4) Harga yang diterima produsen semakin tinggi.

4.5.2. Analisis Distribusi Net Margin (Margin Bersih) Pemasaran

Hasil perhitungan distribusi net margin pemasaran pada 4 saluran pemasaran sapi di daerah penelitian disajikan pada tabel 21 berikut:

Tabel 21. Distribusi Net Margin Pemasaran Sapi Pada 4 Saluran Pemasaran di Kabupaten Batubara tahun 2017.

No	Lembaga/Saluran Pemasaran	Net Margin Rp/Ekor	Distribusi Net Margin (%)	Harga Tingkat Akhir
1	Lembaga/Saluran 1			
	P. Pengumpul Lokal	1.066.167	45,01	16.916.667
	P. Besar	1.005.834	42,47	
	Jumlah	2.072.001	87,48	
2	Lembaga/Saluran 2			
	P. Pengumpul Lokal	779.167	85,02	10.593.750
	Jumlah	779.167	85,02	
3	Lembaga/Saluran 3			
	P. Pengumpul Lokal	1.329.667	71,5	16.625.000
	Jumlah	1.329.667	71,5	
4	Lembaga/Saluran 4			
	Peternak	0	0	15.318.333

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Tabel 21, menunjukkan bahwa distribusi net margin terbesar berada pada saluran 3, dimana pedagang pengumpul lokal membeli sapi langsung dari peternak dan pedagang pengumpul lokal mendapatkan net margin sebesar Rp.1.329.667/ekor dari menjual sapi kepada pedagang luar daerah pada saluran tersebut.

4.5.3. Analisis Share Margin (Bagian harga yang diterima peternak)

Besarnya share harga yang diterima peternak sapi di daerah penelitian disajikan pada tabel 22 berikut:

Tabel 22. Bagian (share) yang Diterima Peternak Sapi Pada 4 Saluran Pemasaran di Daerah Penelitian.

Komoditi Sapi	Share			
	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4
Peternak	85,99%	91,11%	88,81%	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Tabel 22 menunjukkan bahwa bagian yang diterima peternak cukup tinggi dari setiap saluran pemasaran. Saluran 4 merupakan saluran yang memberikan

share paling besar yaitu 100%, dikarenakan pada saluran ini peternak langsung menjual sapi hasil usaha ternaknya kepada konsumen tidak melalui lembaga pemasaran lain sebagai perantara. Secara teoritis biasanya saluran pemasaran yang mempunyai rantai pemasaran atau tataniaga paling pendek disukai oleh peternak untuk memasarkan hasil ternaknya, tetapi di daerah penelitian kasusnya berbeda dimana saluran pemasaran dengan rantai paling panjang yang banyak di gunakan peternak. Saluran 4 memang memberikan harga tertinggi kepada peternak namun daya serap produk saluran ini sangat kecil sebagai akibat modal yang di miliki oleh lembaga saluran pemasaran 4 kecil dan juga tujuan serta ruang lingkup pemasaran yang kecil.

4.5.4. Analisis Price Spread

Dalam penelitian ini harga sapi yang diterima peternak akan dibandingkan dengan harga sapi yang diterima lembaga pemasaran akhir dari sistem pemasaran sapi di daerah penelitian. Price spread yang terbentuk pada pemasaran sapi di daerah penelitian disajikan pada tabel 23 berikut:

Tabel 23. Price Spread Pada 4 Saluran Pemasaran Sapi di Daerah Penelitian Tahun 2017.

Komoditi Ternak	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4
Harga Diterima Peternak	14.548.166	9.652.083	14.765.333	15.318.333
Harga Konsumen Akhir	16.916.667	10.593.750	16.625.000	15.318.333
Price Spread	0,85	0,91	0,88	1

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Tabel 23 menunjukkan bahwa perbandingan antara harga yang diterima peternak dengan harga yang diterima lembaga pemasaran akhir untuk semua

saluran memiliki perbedaan yang signifikan. Dari uraian diatas maka diketahui di daerah penelitian terdapat 4 saluran pemasaran sapi. Dari hasil perhitungan dapat diketahui biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin dan juga price spread pada setiap saluran pemasaran berbeda-beda.

4.6. Analisis Efisiensi Pemasaran

Agar sapi hasil produksi peternak di daerah penelitian sampai ke konsumen akhir pada setiap saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian telah melewati berbagai lembaga pemasaran. Harga di tingkat akhir lembaga pemasaran serta efisiensi pemasaran dari setiap saluran ditentukan oleh panjangnya rantai pemasaran yang tercipta. Setiap lembaga pemasaran yang di lalui memiliki biaya pemasaran dan marginnya masing-masing.

Jika dilihat dari margin pemasaran dari setiap saluran pemasaran sapi di daerah penelitian bahwa margin terbesar pada saluran 1 dan margin terendah pada saluran 4. Dapat dikatakan saluran pemasaran 4 merupakan saluran yang paling efisien. Tingkat efisiensi pemasaran dari saluran pemasaran dapat dilihat dari perbandingan biaya pemasaran dengan nilai harga barang di tingkat konsumen. Efisiensi pemasaran dari 4 saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian disajikan pada tabel 24 berikut:

Tabel 24. Efisiensi Pemasaran Pada 4 Saluran Pemasaran di Daerah Penelitian Tahun 2017.

Saluran	Biaya Pemasaran (Rp)	Nilai Harga Tingkat Akhir (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	296.500	16.916.667	1,75
2	162.500	10.593.750	1,53
3	530.000	16.625.000	3,18
4	0	15.318.333	0

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Tabel 24 menunjukkan nilai efisiensi dari 4 saluran pemasaran sapi yang ada di daerah penelitian. Dapat dilihat bahwa pemasaran sapi melalui saluran 4 paling efisien dibandingkan saluran 1, saluran 2, dan saluran 3. Hal ini dikarenakan tidak terdapat biaya pemasaran pada saluran 4, semua biaya di tanggung oleh jagal ataupun konsumen langsung yang datang membeli sapi ke peternak. Kemudian saluran 4 memiliki rantai pemasaran yang pendek. Semakin panjang rantai pemasaran pada suatu saluran pemasaran biasanya menyebabkan semakin besarnya biaya pemasaran yang tercipta di saluran tersebut. Semakin panjang rantai pemasaran maka semakin banyak pula lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya.

Menurut Mubyarto dalam Harnayuk (2002) efisiensi pemasaran untuk komoditas pertanian/peternakan dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani/peternak produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang di bayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Tetapi walaupun saluran 4 paling efisien hanya sedikit dari peternak yang menggunakannya yaitu sebesar 4,7 %. Hal ini dikarenakan hanya sedikit sekali jagal ataupun konsumen langsung yang berperan di saluran ini. Selain terbatas modal para jagal ataupun konsumen langsung tidak mau ribet dalam hal pengurusan membawa sapi dari peternak ke tempat mereka baik itu dalam hal menyangkut biaya transportasi hingga pengambilan surat keterangan hewan ternak sehat dari puskesmas ataupun mantri hewan yang ada di desa.

4.7. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Strategi Pemasaran Sapi

4.7.1. Inventarisasi dan Pembobotan Faktor-Faktor Strategis Lingkungan Internal

Faktor-faktor strategis lingkungan internal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara terdiri dari kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor strategis kekuatan (*Strengths*) yang telah diidentifikasi dalam menyusun strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara yaitu: 1) Budidaya beternak turun – temurun, 2) Dukungan dan kebijakan pemerintah, 3) Pemasaran yang mudah, 4) Posisi strategis Kabupaten Batubara dan 5) Adanya pasar hewan. Kemudian faktor-faktor strategis yang merupakan kelemahan pemasaran ternak sapi di Kabupaten Batubara adalah: 1) Harga jual sapi di tentukan oleh pedagang, 2) Rumah potong hewan tidak ada, 3) Sumber daya manusia peternak rendah, 4) Perawatan dan kontrol penyakit rendah dan 5) Dukungan sapronak (sarana produksi ternak) belum memadai.

Kemudian untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mendukung dalam menentukan strategi pemasaran sapi dengan metode matrik strategi internal yang disebut *Internal Factor Evaluation* (IFE). Berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor internal, nilai matrik kekuatan dan kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Nilai Matrik Kekuatan dan Kelemahan Untuk Menentukan Strategi Prioritas Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara Tahun 2017

No.	Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan				
1.	Budidaya beternak turun – temurun	3,8	11,04	41,95
2.	Dukungan dan Kebijakan Pemerintah	3,7	10,77	39,85
3.	Pemasaran yang mudah	3,4	9,88	33,59
4.	Posisi strategis Kabupaten Batubara	3,3	9,59	31,65
5.	Adanya pasar hewan	3	8,72	26,16
Jumlah		17,2	50	173,2
Kelemahan				
1.	Harga jual sapi di tentukan oleh pedagang	2,7	10,54	28,46
2.	Rumah potong hewan tidak ada	2,5	9,77	24,43
3.	Sumber daya manusia peternak rendah	2,6	10,15	26,39
4.	Perawatan dan kontrol penyakit rendah	2,5	9,77	24,43
5.	Dukungan Sapronek belum memadai	2,5	9,77	24,43
Jumlah		12,8	50	128,14
Total Skor Faktor Internal		30	100	301,34
Selisih Kekuatan dengan Kelemahan				45,06

Sumber: Data Primer diolah 2017

Dari Tabel 25 diketahui bahwa jumlah skor faktor kekuatan 173,2 dan jumlah skor faktor kelemahan 128,14 dan selisih skor kekuatan dengan kelemahan 45,06. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dalam menentukan strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara lebih besar dari faktor kelemahan.

Adapun yang dimaksud dengan kelima faktor kekuatan tersebut adalah:

1. Budidaya beternak turun – temurun

Beternak merupakan salah satu mata pencaharian yang dilakukan oleh penduduk di wilayah Kabupaten Batubara secara turun temurun, hal ini dikarenakan beberapa faktor pendukung seperti:

- Wilayah yang memadai karena memiliki ketersediaan pangan sapi yang melimpah.
- Karakteristik sosial masyarakat yang menganut sistem kekerabatan paguyuban.
- Pemahaman masyarakat secara keilmuan dibidang lain masih kurang, sehingga masyarakat masih meyakini beternak adalah hal yang lebih mudah karena telah dilakoni sejak dari orang sebelum mereka.
- Dari sudut ekonomi, beternak sapi merupakan pekerjaan yang memiliki tingkat resiko tinggi akan tetapi beternak sapi memiliki tingkat keuntungan cukup menjanjikan bagi para peternaknya.
- Beternak sapi memiliki multi manfaat, selain dagingnya bisa dijual, kotorannya juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi untuk diperdagangkan.

2. Dukungan dan kebijakan pemerintah

Dukungan dari pemerintah sangat terlihat dimana puskesmas hewan untuk wilayah Kabupaten Batu Bara telah tersedia, ditambah lagi pemerintah juga ikut dalam mengkoordinir para kelompok ternak, melakukan penyuluhan kepada kelompok ternak, dan melakukan pengecekan rutin bagi hewan yang dimiliki oleh kelompok ternak, selain itu pemerintah juga tak urung memberikan bantuan berupa program Inseminasi Buatan (IB), pembinaan kelompok peternak, bantuan bibit sapi melalui kelompok ternak untuk dikelola oleh para peternak, bantuan pemberian modal melalui kredit kepada peternak dengan bantuan Bank Pemerintah dan adanya program

Upsus STIWAB. Dimana nantinya semua hasil dari peternakan tersebut dapat meningkatkan perekonomian peternak dan juga dapat menambah APBD daerah.

3. Pemasaran yang mudah

Pada umumnya pemasaran produksi ternak sapi tergolong mudah. Ada agen ataupun konsumen yang langsung datang ke lokasi usahaternak untuk membeli sapi. Peternak dapat menjual sapi mereka kapanpun mereka ingin menjualnya, terlebih lagi banyak agen ataupun pedagang pengumpul lokal yang berdomisili di dekat rumah peternak dan jumlah pedagang pengumpul di Kabupaten Batubara cukup banyak.

4. Posisi strategis Kabupaten Batubara

Kabupaten Batubara memiliki wilayah yang strategis mengingat daerah Kabupaten Batubara merupakan daerah yang terletak di tepi pantai Selat Malaka. Selain itu kondisi geografis Kabupaten Batubara sangat memungkinkan sebagai kawasan sentra produksi ternak sapi karena pada umumnya pedesaan yang memiliki kontur daratan rendah seperti Kabupaten Batu Bara dimana kontur wilayah seperti ini sangat cocok untuk dijadikan lahan untuk perkebunan. Hal ini sangatlah memiliki nilai positif bagi para peternak karena pada umumnya kondisi lahan pedesaan sekitar perkebunan kurang potensial untuk komoditi tanaman pangan, sehingga secara psikologis masyarakat akan lebih cenderung kepada usaha peternakan.

Kemudian dengan di banggunya pelabuhan baru di Kuala Tanjung maka potensi pemasaran sapi khususnya daging sapi akan semakin terbuka lebar.

5. Adanya pasar hewan

Pasar hewan yang terdapat di Batubara merupakan sarana penting untuk menyediakan produk yang memenuhi kualitas dan kuantitas hewan yang layak untuk dikonsumsi. Dengan adanya pasar hewan ini menghasilkan hal yang positif bagi seluruh kalangan mengingat pasar hewan ini telah mendorong aktivitas ekonomi, aksesibilitas peternak, dan ditambahkan dengan berkembangnya sistem informasi pasar dapat menambah APBD Kabupaten Batu Bara.

Adapun yang dimaksud dengan kelima faktor kelemahan tersebut adalah:

1. Harga jual sapi di tentukan oleh pedagang

Harga jual sapi belum memiliki patokan yang stabil, ini mengingat patokan harga kebanyakan didominasi oleh para agen maupun pedagang sapi di lapangan. Dengan adanya harga yang fluktuatif membuat para peternak terkadang terintimidasi dalam menjual ternaknya, dan akibatnya para peternak harus merelakan menjual ternaknya dengan harga yang kurang memuaskan bagi para peternak.

2. Rumah potong hewan tidak ada

Tidak adanya Rumah Potong Hewan (RPH) di wilayah Kabupaten Batu bara membuat potensi pengembangan sentra peternakan sapi potong di Kabupaten Batubara kurang berjalan efektif ditambah lagi dengan tidak adanya RPH membuat ketersediaan produk hewani yang memenuhi syarat kesehatan, kualitas, dan pemotongannya halal sesuai syariat agama Islam belum terpenuhi.

3. Sumber daya manusia peternak rendah

Faktor pemahaman mengenai peternakan yang masih minim dan hanya berdasarkan kebiasaan turun temurun membuat kualitas dari ternak sendiri kurang memuaskan, hal ini terjadi akibat keilmuan dari peternak dalam mengelola peternakan secara tepat guna masih belum berjalan sebagaimana mestinya. Orientasi pola pikir peternak yang masih sangat tradisional membuat mereka jauh tertinggal dengan peternak daerah lain yang telah menerapkan sistem modernisasi dan tepat guna dibidang peternakan.

4. Perawatan dan kontrol penyakit rendah

Sistem tradisional yang selama ini dianut oleh peternak tidak jarang pula banyak merugikan peternak, pasalnya pemahaman peternak mengenai penyakit hewan dan perawatan hewan ternak belum dipahami oleh peternak secara menyeluruh. Permasalahan ini membuat hasil ternak mereka jauh dari kata menguntungkan, mengingat kesehatan ternak yang kurang terjaga diakibatkan perawatan yang belum tepat membuat harga jual ternak kurang menguntungkan bagi para peternak sendiri. Tidak jarang para peternak yang masih mengelola ternaknya dengan sistem tradisional menghasilkan kualitas ternak yang kurang komersial ditambah lagi kuantitas dari ternak yang dihasilkan jauh berbeda dengan para peternak yang telah beralih ke sistem modern dalam pengelolaan ternaknya.

5. Dukungan Sapronek belum memadai.

Kebiasaan masyarakat memelihara ternak sapi sudah cukup banyak, akan tetapi hal ini perlu lebih didukung lagi oleh keberadaan lembaga perguruan

tinggi/lembaga penelitian, asosiasi dan swasta agar sasaran produksi ternak yang berkualitas dapat terpenuhi. Faktor-faktor strategis dalam pengelolaan ternak sapi harus dapat dimanfaatkan dengan baik, sehingga produksi ternak sapi dari tahun ke tahun terus dapat ditingkatkan sesuai target dan nantinya dapat meningkatkan taraf hidup para peternak itu sendiri.

4.7.2. Inventarisasi dan Pembobotan Faktor-faktor Strategis Lingkungan Eksternal.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor eksternal yang telah diidentifikasi dalam menyusun strategi prioritas pemasaran sapi di Kabupaten Batubara terdiri dari Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Adapun faktor-faktor strategis yang menjadi peluang (*opportunity*) adalah: 1) Bisnis industri pengolahan hasil ternak sapi semakin banyak, 2) Pertumbuhan ekonomi yang cukup baik, 3) Tersedianya lahan perkebunan yang luas, 4) Keuntungan yang tinggi dalam usaha ternak sapi dan 5) Kebutuhan konsumsi daging semakin besar. Kemudian faktor-faktor yang menjadi ancaman (*threat*) adalah: 1) Perdagangan bebas ASEAN (MEA) dan dunia, 2) Adanya persaingan usaha ternak, 3), Ancaman penyakit hewan dan daging ilegal, 4) Larangan dari perusahaan perkebunan dan 5) Impor ternak sapi.

Kemudian untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mendukung dalam menentukan strategi pemasaran sapi dengan metode matrik strategi eksternal yang disebut *Eksternal Factor Evaluation* (EFE). Berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor eksternal, nilai matrik peluang dan ancaman dalam menentukan strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara dapat dilihat pada Tabel 26 berikut:

Tabel. 26. Nilai Matrik Peluang dan Ancaman Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara Tahun 2017.

No.	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang				
1.	Bisnis industri pengolahan hasil ternak sapi semakin banyak	3,4	10	34
2.	Pertumbuhan ekonomi yang cukup baik	3,3	9,71	32,04
3.	Tersedianya lahan perkebunan yang luas	3,3	9,71	32,04
4.	Keuntungan yang tinggi dalam usahaternak sapi	3,1	9,11	28,24
5.	Kebutuhan konsumsi daging semakin besar	3,9	11,47	44,73
Jumlah		17	50	171,05
Ancaman				
1.	Perdagangan bebas ASEAN dan dunia	2,3	8,78	20,19
2.	Adanya persaingan usaha ternak	2,7	10,31	27,84
3.	Ancaman penyakit hewan dan daging ilegal	2,7	10,31	27,84
4.	Larangan dari perusahaan perkebunan	2,6	9,92	25,79
5.	Impor ternak sapi	2,8	10,68	29,9
Jumlah		13,1	50	131,56
Total Skor Faktor Eksternal		30,1	100	302,61
Selisih Peluang dengan Ancaman				39,49

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Dari Tabel 26 diketahui bahwa jumlah skor faktor peluang 171,05 dan jumlah skor faktor ancaman 131,56 dan selisih skor peluang dengan ancaman 39,49. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang dalam menentukan strategi pemasaran sapi lebih besar dari faktor ancaman yang merupakan gangguan dalam pengembangan pemasaran ternak sapi.

Adapun yang dimaksud dengan kelima faktor peluang tersebut adalah:

1. Bisnis industri pengolahan hasil ternak sapi semakin banyak

Dengan banyaknya produk olahan pangan yang bersumber dari hewani terutama dari daging sapi membuat para peternak semakin diuntungkan, mengingat dengan banyaknya bidang usaha atau industri yang menggunakan daging sapi sebagai bahan olahan pokok dari produknya

membuat peternak semakin diuntungkan dimana kebutuhan dari industri tersebut membuat permintaan akan daging sapi semakin meningkat. Tidak sampai disitu saja, keuntungan lainnya dapat juga dilihat dengan adanya penggunaan kulit sapi yang difokuskan sebagai bahan dalam pembuatan produk fasion seperti tas, ikat pinggang, sepatu, sandal jaket, topi dan lain-lain. Sementara pengolahan tulang sapi juga dapat dialokasikan untuk produk kerajinan tangan (hand made) seperti pembuatan hiasan dinding, kalung, cincin, gelang dan lain-lain. Bahkan kotoran sapi sendiri banyak dicari oleh para petani maupun pengusaha dibidang pembibitan untuk dijadikan sebagai pupuk organik bagi tanaman mereka.

2. Pertumbuhan ekonomi yang cukup baik

Meningkatnya pendapatan perkapita masyarakat dan stabilnya kurs mata uang membuat pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional, daerah maupun masyarakat sendiri semakin meningkat. Laju pertumbuhan ekonomi ini juga membawa angin segar bagi para peternak mengingat dengan adanya stabilitas perekonomian membuat daya beli masyarakat juga turut meningkat sehingga kemampuan masyarakat dalam mengkonsumsi produk hewani seperti daging sapi juga turut meningkat dipasaran.

3. Tersedianya lahan perkebunan yang luas

Faktor-faktor strategis lingkungan eksternal yang berpengaruh terhadap pembentukan sentra peternakan sapi salah satunya adalah adanya lahan perkebunan yang luas di daerah peternakan, hal ini dikarenakan dengan adanya perkebunan tersebut nantinya optimalisasi pemanfaatan lahan

perkebunan dan limbah hasil pengolahan perkebunan dapat memiliki potensi lebih bagi para peternak, dimana dengan adanya lahan perkebunan ini berarti mengindikasikan bahwa ketersediaan pangan bagi hewan ternak sangat mencukupi.

4. Keuntungan yang tinggi dalam usaha ternak sapi.

Dalam usaha ternak sapi, biaya konsumsi sapi dan perawatan sapi tidak terlalu tinggi, mengingat wilayah Kabupaten Batubara memiliki wilayah perkebunan yang banyak membuat ketersediaan pangan bagi sapi sangat melimpah sehingga pengeluaran untuk pakan ternak tidak terlalu tinggi dibandingkan daerah lain yang memiliki wilayah yang minim perkebunan. Dalam perawatan sapi, para peternak kini tidak lagi mengalami kesulitan karena terdapat puskesmas dan dokter hewan yang mumpuni sehingga kesehatan dari ternak pada saat ini jauh lebih terjaga dari sebelum adanya fasilitas kesehatan bagi hewan ternak. Dengan biaya pengeluaran yang dikeluarkan oleh para peternak atau kelompok tani yang tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan nilai jual sapi tersebut membuat para peternak lebih diuntungkan dari segi ekonominya.

5. Kebutuhan konsumsi daging semakin besar.

Dengan bertambahnya populasi penduduk membuat pertumbuhan konsumen daging setiap tahunnya juga semakin meningkat, dengan peningkatan konsumen tersebut maka sudah barang pasti tingkat konsumsi daging juga semakin meningkat. Hal ini menjadi dasar utama bagi para peternak untuk terus berinovasi dalam mengembangkan peternakannya

sehingga nantinya para peternak memiliki daya saing yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan akan sumber pangan dari hewani.

Adapun yang dimaksud dengan kelima faktor ancaman tersebut adalah:

1. Perdagangan bebas ASEAN dan dunia.

Adanya perdagangan bebas menyebabkan tidak adanya lagi hambatan atau batas negara terhadap sebuah produk, sehingga keluar masuknya barang dari negara lain asalkan sesuai dengan kualitas dan ketentuan yang dibuat maka barang tersebut bebas masuk. Dengan adanya pembebasan keran impor membuat para peternak lokal semakin terancam eksistensinya, mengingat pada umumnya negara lain telah menerapkan sistem moderen dalam perawatan dan pemeliharaan sapi sehingga kualitas sapi mereka lebih baik dari pada kualitas sapi lokal dan harga jual sapi mereka jauh lebih murah dari sapi lokal.

2. Adanya persaingan usaha ternak.

Adanya persaingan usaha dibidang peternakan membuat para peternak semakin kebingungan mengingat jumlah peternak sapi ataupun kelompok peternak sapi saat ini sangat banyak, tidak hanya yang ada di wilayah Kabupaten Batu Bara saja akan tetapi daerah lain di Provinsi Sumatera Utara juga banyak yang memiliki kelompok ternak sapi, oleh karena itu harga sapi sedikit menurun dipasaran. Persaingan usaha tidak hanya berasal dari sesama peternak sapi saja, persaingan usaha juga datang dari peternak hewan lainnya seperti ayam, kambing, bebek dll. dengan adanya peternak hewan selain peternak sapi membuat para konsumen memiliki banyak

pilihan dalam mengkonsumsi produk hewani sehingga apa bila kondisi harga jual daging sapi sedang meningkat maka tingkat konsumsi daging sapi juga ikut menurun. Hal ini diakibatkan konsumen banyak beralih keolahan produk daging lainnya sebagai pengganti olahan daging sapi.

3. Ancaman penyakit hewan dan daging ilegal.

Jenis-jenis penyakit yang sering muncul pada pemeliharaan ternak sapi antara lain penyakit diare, penyakit tympani, penyakit radang limpa, cacingan, penyakit dermatitis, penyakit pneumonia, defisiensi mineral dan lain-lain yang dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar bagi para peternak. Demikian juga gangguan reproduksi yang akan mengakibatkan siklus reproduksi pada ternak sapi akan terlambat sehingga mengakibatkan keterlambatan peningkatan populasi.

Permasalahan penyakit sapi ini tidak hanya merugikan dari segi perawatan dari sapi tersebut, mengingat ketika sapi tersebut sakit maka peternak harus mengeluarkan biaya ekstra untuk penyembuhan sapi tersebut, namun selain daripada itu para peternak juga dirugikan karena apa bila peternak menjual sapi dalam keadaan sakit maka bukan tidak mungkin para konsumen akan merasa dirugikan sehingga para konsumen tidak lagi mau mengkonsumsi ataupun membeli sapi dari pedagang yang menjual sapinya dalam keadaan sakit tersebut. Kemudian maraknya daging sapi impor ilegal yang tidak layak konsumsi, ditambah lagi dengan adanya daging sapi palsu yang berasal dari daging babi hutan membuat para konsumen saat ini sangat berhati-hati dan mengurangi konsumsi daging sapi.

4. Larangan dari perusahaan perkebunan.

Banyaknya hewan ternak yang dilepas oleh para peternak ke wilayah perkebunan membuat perusahaan perkebunan melarang para peternak untuk mengembala ternaknya di wilayah perkebunan, mengingat tidak jarang hewan yang dilepas tersebut malah merusak tanaman dari perkebunan sehingga membuat pihak perkebunan mengalami kerugian, dengan kejadian tersebut para pengawas perkebunan selalu berpatroli untuk melihat hewan yang masuk dalam kawasan perkebunan dan apabila nantinya terdapat hewan yang melanggar batas maka tidak jarang pihak keamanan dan pengawas kebun mengusir hewan ternak tersebut atau bahkan tidak jarang pemilik hewan tersebut dikenai denda akibat melepas hewan sembarangan di areal perkebunan yang menyebabkan rusaknya tanaman perkebunan.

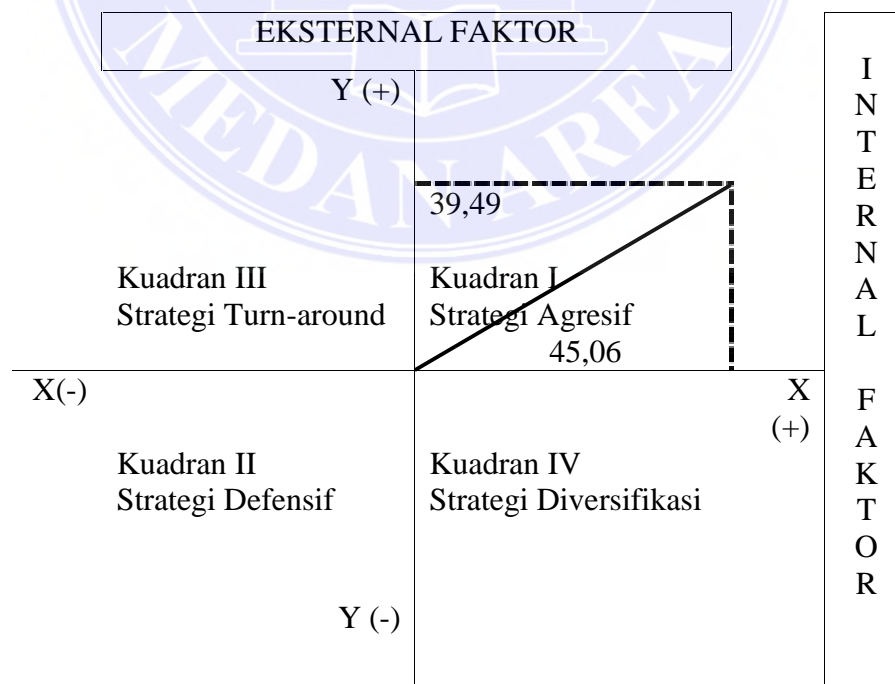
5. Impor ternak sapi.

Keran impor sapi yang dibuka oleh pemerintah selama ini membuat para peternak risau mengingat harga jual daging sapi impor sangat murah dibandingkan harga daging sapi lokal. Tidak jarang permasalahan ini membuat para peternak sapi sangat dirugikan, hal ini mengingat para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya terhadap daging sapi lebih banyak mau menggunakan daging atau mengkonsumsi daging impor, mengingat harga daging yang lebih ekonomis dan juga pengolahan daging banyak dilakukan oleh perusahaan besar yang telah memiliki sertifikat resmi dari pemerintah membuat para konsumen semakin banyak menggunakan olahan daging impor tersebut.

4.8. Formulasi Strategi

Strategi dirancang untuk mengetahui apakah tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Strategi adalah perencanaan, arah dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan.

Hasil penelitian di Kabupaten Batubara menunjukkan bahwa nilai matrik faktor strategi internal sebesar 45,06 dan nilai matrik faktor strategi eksternal sebesar 39,49. Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing faktor internal maupun eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matrik posisi. Matrik ini digunakan untuk melihat posisi strategi pemasaran sapi di daerah penelitian. Berdasarkan tabel diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 45,06 dan nilai $Y > 0$ yaitu 39,49. Posisi titik kordinatnya dapat dilihat pada kordinat Cartesius berikut ini.



Gambar 4. Grafik Grand Strategi Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara.

Hasil ini menunjukkan bahwa posisi pengembangan pemasaran usahaternak sapi di Kabupaten Batubara berada pada kuadran I (Strategi Agresif). Situasi pada kuadran I merupakan posisi yang menguntungkan. Peternak mempunyai kekuatan dan peluang sehingga dia dapat memanfaatkan peluang secara maksimal. Seyogyanya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, yaitu: Strategi SO: Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Rumusan formulasi strategi pemasaran sapi di Kabupaten Batubara dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*). yakni dengan cara memadukan antara faktor strategis eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor strategis internal berupa kekuatan dan kelemahan. Dari hasil analisa matriks *SWOT* diperoleh Formulasi Strategis seperti seperti digambarkan pada tabel 27 berikut:

Tabel 27. Analisis Strategi Pemasaran Sapi di Kabupaten Batubara Tahun 2017.

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	1. Budidaya beternak turun – temurun 2. Dukungan dan Kebijakan Pemerintah 3. Pemasaran yang mudah 4. Posisi strategis Kabupaten Batubara 5. Adanya pasar hewan	1. Harga jual sapi di tentukan oleh pedagang 2. Rumah potong hewan tidak ada 3. Sumber daya manusia peternak rendah 4. Perawatan dan kontrol penyakit rendah 5. Dukungan Sapronek belum memadai
OPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Bisnis industri pengolahan hasil ternak sapi semakin banyak 2. Pertumbuhan ekonomi yang cukup baik 3. Tersedianya lahan perkebunan yang luas 4. Keuntungan yang tinggi dalam usahaternak sapi 5. Kebutuhan konsumsi daging semakin besar	1) Meningkatkan produksi sapi dan memperluas pemasaran sapi untuk memenuhi kebutuhan konsumen 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas pakan sapi 3) Menjaga kualitas sapi yang di pasarkan	1) Pembangunan RPH dan Lembaga penunjang sapronek 2) Penambahan tenaga penyuluh dan kesehatan hewan
TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Perdagangan bebas ASEAN dan dunia 2. Adanya persaingan usaha ternak 3. Ancaman penyakit hewan dan daging ilegal 4. Larangan dari perusahaan perkebunan 5. Impor ternak sapi	1) Persamaan persepsi antara peternak dan pihak perkebunan 2) Pemberian bantuan modal kepada peternak 3) Pengawasan yang ketat terhadap penyakit hewan dan masuknya daging ilegal	1) Pemantauan harga jual sapi 2) Meningkatkan kualitas sdm peternak agar bisa bersaing

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan analisis strategi yang diatas, maka program-program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran usaha ternak sapi di daerah penelitian adalah:

1. Meningkatkan produksi sapi dan memperluas pemasaran sapi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pakan sapi.

3. Menjaga kualitas dari sapi yang di pasarkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Terdapat 4 (empat) saluran pemasaran sapi yang ada di Kabupaten Batubara yaitu sebagai berikut: pertama peternak menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal, pedagang pengumpul lokal menjual ke pedagang besar kabupaten dan terakhir pedagang besar kabupaten menjual ke jagal. Saluran ini digunakan oleh 45,9 % peternak. Kedua peternak menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengumpul lokal menjual ke peternak lain. Saluran ini digunakan oleh 32,9 % peternak. Ketiga peternak menjual sapi ke pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengumpul lokal menjual ke pedagang luar daerah. Saluran ini digunakan oleh 16,5 % peternak. Keempat peternak menjual sapi langsung ke konsumen. Saluran ini digunakan hanya 4,7 % peternak.
2. Terdapat perbedaan biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin dan price spread pada antar saluran pemasaran.
3. Tingkat efisiensi setiap saluran pemasaran berbeda-beda, saluran 4 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan saluran1, saluran 2 dan saluran 3 disebabkan karena nilai efisiensi pemasaran pada saluran 4 lebih kecil dari nilai efisiensi saluran1, saluran 2 dan saluran 3.

4. Strategi dalam peningkatan pemasaran sapi di Kabupaten Batubara yaitu:
(1) Meningkatkan produksi sapi dan memperluas pemasaran sapi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, (2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas pakan sapi dan (3) Menjaga kualitas dari sapi yang di pasarkan.

5.2. Saran

Saran yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kepada peternak, hendaknya menggunakan saluran pemasaran keempat yaitu peternak langsung menjual sapi ke konsumen karena saluran pemasaran ini merupakan saluran pemasaran yang paling efisien yang ada di Kabupaten Batubara untuk dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh peternak.
2. Mengingat pentingnya untuk meningkatkan pemasaran sapi, maka pelaksanaan strategi yang telah dipilih pada prinsipnya harus dilaksanakan secara terpadu karena saling terkait untuk mendukung peningkatan pemasaran ternak sapi di Kabupaten Batubara.