

ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI DI KABUPATEN KARO

T E S I S

Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen Agribisnis (MMA)
Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area



Oleh :

Jason K. Tarigan
NPM : 051802013

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
MEDAN
2007**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

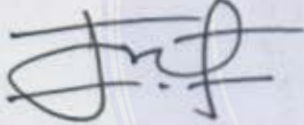
Judul : Analisis Pemasaran Ternak Sapi Di Kabupaten Karo

Nama : Jason K. Tarigan

NPM : 051802013

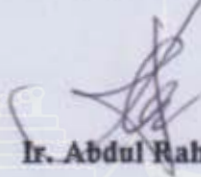
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



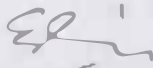
Dr. H. Syaad Alfiaddin, SE, M.Ec,

Pembimbing II



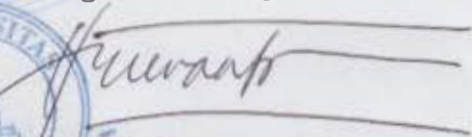
Ir. Abdul Rahman, MS

**Kenia Program Studi
Magister Manajemen Agribisnis**



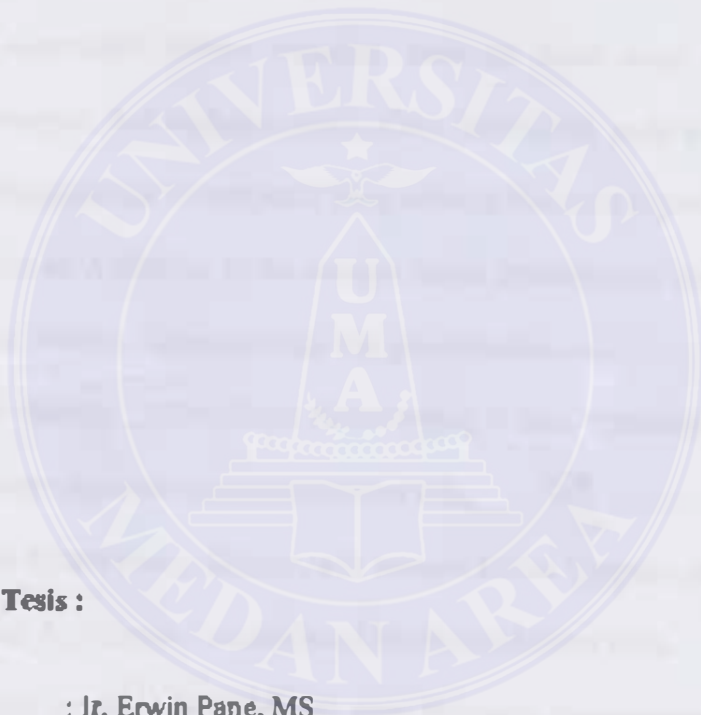
Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

**Direktur
Program Pascasarjana**



Drs. Heri Kusmanto, MA

Telah diuji Pada Hari Sabtu Tanggal 26 Mei 2007



Panitia Penguji Tesis :

Ketua : Ir. Erwin Pane, MS
Sekretaris : Drs. Usman Tarigan, MS
Pembimbing I : Dr. H. Syaad Afifuddin, SE, M.Ec
Pembimbing II : Ir. Abdul Rahman, MS
Penguji Tamu : Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini 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. Dr. H. Sya'ad Afuddin M.Ec sebagai Ketua Pembimbing atas bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis.
2. Ir. Abdul Rahman, MS sebagai Pembimbing II atas bimbingan arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis.
3. Dr. Ir Edy Batara Mulya Siregar, MS sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area.
4. Seluruh staf pengajar dan pegawai pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan wawasan pada penulisan selama kuliah di Program Studi Studi Magister Manajemen Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area.

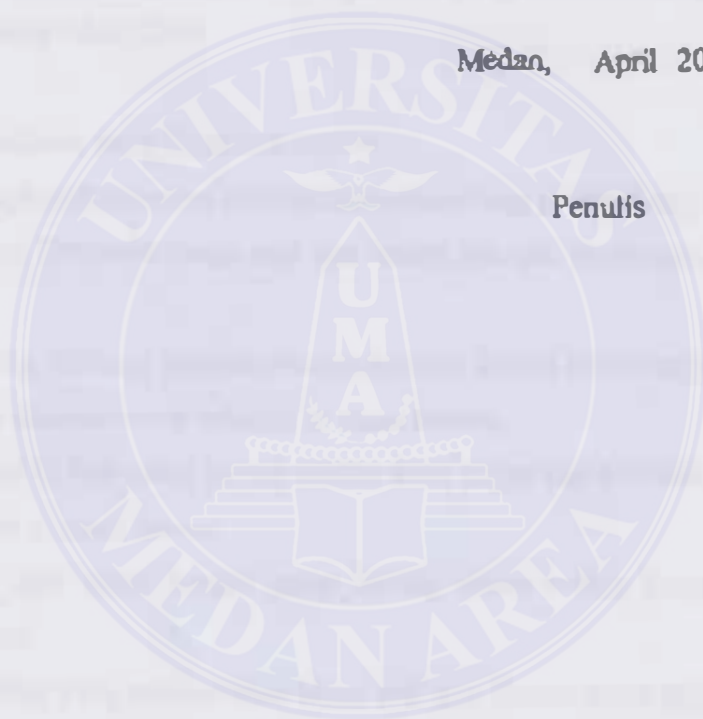
5. Prof. Dr. Ir. Kelin Tarigan, MS Guru besar pada Fakultas Pertanian USU, Sebagai pembimbing lapangan dan telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini.
6. Drh. Jenggi Surbakti, Kepala Dinas Peternakan Kabupaten Karo yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini.
7. H. Muhammad Isa Indrawan SE, MM, Sebagai Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
8. Ir. Marahadi Siregar, sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Pancabudi Medan
9. Teman-teman Angkatan III Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area dan kepada pihak yang telah membantu sampai selesainya penulisan tesis ini.
10. Kakanda Kuning br. Tarigan/Alm. Letkol Matang Sitepu, mantan Bupati Karo yang telah banyak memberi dorongan baik moril maupun materil kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

11. Istri tercinta Dra. Ratnawati br. Sitepu serta putra-putri kami, Jonathan Tarigan, SH, Silvia Tarigan, Gabriel Tarigan yang telah memberi dorongan, motivasi sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembangunan peternakan khususnya di Kabupaten Karo.

Medan, April 2007

Penulis



RINGKASAN

Dalam penelitian ini telah dilakukan analisis pemasaran ternak sapi di Kabupaten Karo, di dua pasar hewan yaitu pasar hewan Tigapanah dan Sukaramai. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara dan observasi terhadap 40 peternak, masing-masing 20 Peternak di Tigapanah dan Sukaramai yang diambil secara acak sederhana. Pengambilan data sekunder bersumber dari kantor Dinas dan kantor Bupati Karo. Pengambilan data primer dan data sekunder di lapangan dilakukan pada awal tahun 2007.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah:

1. Pemasaran sapi di Kabupaten Karo belum efisien bagi peternak sapi karena belum tersedia sarana informasi harga sapi dan belum ada alat timbangan sapi di pasar hewan.
2. Berat sapi yang dihitung berdasar rumus Schrool adalah lebih tinggi dan berbeda nyata dengan taksiran berat belantik di pasar hewan,
3. Harga jual sapi di luar pasar hewan adalah lebih tinggi dan berbeda nyata dengan harga jual sapi di pasar hewan
4. Makin jauh letak desa dengan pasar hewan maka makin tinggi biaya total pemasaran sapi.

Faktor-faktor yang menentukan harga jual sapi belum dapat dijelaskan secara kuantitatif (regresi) dalam penelitian ini. Makin tinggi umur peternak makin baik persepsinya terhadap harga yang dibuat belantik, tingkat pendidikan peternak tidak berhubungan nyata dengan persepsinya terhadap harga sapi yang dibuat belantik.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.2. Landasan Teori	13
2.3. Kerangka Pikiran	16
2.4. Hipotesis Penelitian	21
BAB III	
METODE PENELITIAN	22
3.1. Penentuan Daerah Penelitian dan Peternak Sampel	22
3.2. Metode Pengujian Hipotesis	24

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
	4.1. Deskripsi Daerah Penelitian dan Peternak Sampel	29
	4.1.1. Keadaan Geografis dan Penduduk Kabupaten Karo	31
	4.1.2. Penduduk dan Lahan Kabupaten Karo.....	32
	4.1.3. Kondisi Peternakan	37
	4.2. Keadaan Peternakan Sampel	43
	4.2.1. Karakteristik Peternak Sampel	43
	4.2.2. Pemeliharaan Sapi	47
	4.2.3. Penjualan Sapi	54
	4.2.4. Biaya Pemasaran	59
	4.2.5. Berat dan Harga Jual Sapi	62
	4.3. Hasil Pengujian Hipotesis	68
	4.3.1. Beda Berat Sapi Antara Belantik dan Schrool	68
	4.3.2. Beda Harga Jual Sapi di Pasar Hewan Dengan di Luar Pasar Hewan	70
	4.3.3. Hubungan Jarak Desa dan Pasar Hewan Dengan Biaya Pemasaran	72
	4.3.4. Faktor-Faktor Menentukan Harga Jual Sapi	77
	4.3.5. Persepsi Peternak Sampel Terhadap Kepu- tusan Belantik	78
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	82
	5.1. Kesimpulan	82
	5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk dan Rumah Tangga di Setiap Kecamatan Kabupaten Karo, Tahun 2004	32
Tabel 4.2. Penggunaan Lahan Setiap Kecamatan di Kabupaten Karo, Tahun 2005.....	35
Tabel 4.3. Populasi Ternak di Kabupaten Karo, Tahun 2000-2004...	38
Tabel 4.4. Populasi Ternak Sapi di Kabupaten Karo, Tahun 2006 ...	39
Tabel 4.5. Jumlah Jual-beli Sapi Potong di Kabupaten Karo Selama Tahun 2001-2005 (ekor)	41
Tabel 4.6. Jumlah Pemotongan Sapi di Kabupaten Karo Selama Tahun 2001-2005 (ekor)	42
Tabel 4.7. Karakteristik Peternak di Pasar Hewan Tigapanah dan Sukaramai	44
Tabel 4.8. Jumlah Sapi yang dipelihara Peternak Tahun 2004 - 2007	46
Tabel 4.9. Jumlah Sapi Dipelihara Menurut Umur dan Jumlah Peternak	47
Tabel 4.10. Jumlah Peternak dan Sapi Dipelihara Secara Pasture/Drylot	50
Tabel 4.11. Penggunaan Tenaga Kerja Dalam Pemeliharaan Sapi	51
Tabel 4.12. Biaya Makanan Penguat Sapi	53
Tabel 4.13. Penjualan Sapi Peternak Sampel di Pasar Hewan dan di – Luar Pasar Hewan Tahun 2006 dan 2005	56

Tabel 4.14. Biaya Pemasaran Sapi Peternak Sampel Tahun 2007 di Tigapanah dan Sukaramai (Rp 1000)	60
Tabel 4.15. Berat Sapi Peternak Sampel Menurut Taksiran Blantik dan Menurut Rumus Scroll	64
Tabel 4.16. Harga Sapi Peternak sampel Menurut Taksiran Blantik dan Menurut Rumus Scroll	67
Tabel 4.17. Uji Beda Berat Sapi Menurut Hitungan Schroll dan Menurut Blantik dengan T-Test	69
Tabel 4.18. Uji Beda Harga Sapi di Luar Pasar Hewan dan di Pasar Hewan Tahun 2006	71
Tabel 4.19. Jarak Desa ke Pasar Hewan Tigapanah dan Biaya Total Pemasaran ,20007	72
Tabel 4.20. Hasil Regresi Jarak Desa ke Pasar Hewan Tigapanah Dengan Biaya Pemasaran	73
Tabel 4.21. Hasil Regresi Jarak Desa ke Pasar Hewan Sukaramai Dengan Biaya Pemasaran	74
Tabel 4.22. Jarak Desa ke Pasar Hewan Sukaramai dan Biaya Total Pemasaran ,20007	75
Tabel 4.23. Hasil Regresi Jarak Desa dengan Biaya Total Pemasaran Secara Over-all Samping	76
Tabel 4.24. Persepsi Peternak Sampel Menurut Umur	80
Tabel 4.25. Persepsi Peternak Sampel Menurut Pendidikan	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Skema Kerangka Pikiran	20



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Identitas Peternak, Jumlah Sapi yang Dipelihara Tahun 2007 dan 2006	86
Lampiran 2. Jumlah Sapi yang Dipelihara Tahun 2005 dan 2004, Jumlah Sapi Remaja, Anak Sapi, Sapi Sendiri Dipelihara Orang Lain, Sapi Orang Lain yang Diasuh Tahun 2007.	88
Lampiran 3. Jumlah Sapi Lokal, Sapi Impor, Jenis Sapi Impor, Dipelihara Secara Pasture, Secara Drylot Farming, Lama Bapak dan Anak Memelihara Sapi Setiap Hari, 2007	90
Lampiran 4. Ada/Tidak ada Mengupahkan Ambil Rumput, Upah Ambil Rumput per Hari, Jumlah Hari Diupahkan Ambil Rumput per bulan, Pemberian Makanan Penguat dan Biaya Makanan Penguat	92
Lampiran 5. Penjualan Sapi Tahun 2006 di Pasar Hewan dan di Luar Pasar Hewan	94
Lampiran 6. Penjualan Sapi Tahun 2005 di Pasar Hewan dan di Luar Pasar Hewan	96
Lampiran 7. Informasi Harga Jual Sapi dan Biaya Pemasaran Ternak Sapi	98
Lampiran 8. Biaya Pemasaran Ternak Sapi dan Biaya Total Pemasaran.	100
Lampiran 9. Harga Jual Sapi di Pasar Hewan dan di Luar Pasar Hewan, Ciri-ciri Sapi yang mahal harga jualnya, harga sapi waktu Permulaan masuk Anak sekolah, Taksiran Berat sapi oleh Blantik dan Bila jual sapi pakai alat timbangan	102
Lampiran 10. Berat Sapi Menurut Blantik dan Menurut Hitungan School dan perbedaan Berat Sapi	104

Lampiran 11. Berat Sapi Menurut Blantik Setelah Diurutkan dari Besar Ke Kecil dan Menurut Hitungan Scroll serta perbedaan Berat Sapi	106
Lampiran 12. Harga Sapi Menurut Blantik dan Harga Kelau Berat Sapi Menurut Hitungan Scroll sertaperbedaan Harga Sapi	107
Lampiran 13. Uji beda Berat Sapi Menurut Blantik dan Menurut Hitungan Scrool dengan t-test	109



BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setingkal disebutkan bahwa pemasaran pertanian di Indonesia merupakan bagian yang paling lemah dalam mata rantai perekonomian atau dalam aliran barang-barang. Dengan pernyataan demikian dimaksudkan bahwa efisiensi di bidang pemasaran masih rendah, sehingga kemungkinannya untuk diper~~inggi~~ masih besar (Mubyarto, 1977).

Pernyataan di atas adalah berlaku umum untuk semua jenis hasil pertanian. Ternak sapi merupakan salah satu komoditi sektor pertanian, dari subsektor peternakan. mempunyai efisiensi pemasaran dan manajemennya yang lebih rendah dari hasil-hasil lainnya seperti padi, karet dan lainnya. Sapi adalah barang hidup atau bemyawa, bila mati tidak dapat lagi dipasarkan. Walaupun sapi ini termasuk barang mahal, namun dalam pemasarannya cukup pelik dan beresiko tinggi bagi produsen atau peternak.

Istilah manajemen secara umum dikenal pada perusahaan yang mempunyai manager dan buruh, namun bagi seorang petani atau peternak(skala kecil) secara individual kuraog dikenal istilah manajemen, Namun pada bakekatnya seorang

petani/peternak(biarpun kecil) adalah murni seorang manager dalam usahataniannya. A.T.Mosher dalam bukunya: Menggerakkan dan Membangun Pertanian mengatakan bahwa peran petani adalah sebagai *cultivator* (juru tani) dan sekali gus sebagai manager. Dia disebut sebagai manager karena dia harus melakukan pengambilan keputusan dalam usahataniannya (Mosher, 1965). Oleh karena itu setiap petani/peternak mempunyai manajemennya secara khusus dalam tingkatan yang paling sederhana. Dalam literatur tertentu istilah pemasaran digunakan lebih umum daripada tataniaga, dalam pemasaran ada istilah saluran pemasaran (*marketing channel*) (Soekartawi, 1987). Mubyarto menyatakan bahwa istilah tataniaga di Indonesia diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi yaitu suatu macam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen, Disebut tataniaga karena niaga berarti dagang, sehingga tataniaga berarti segala sesuatu yang menyangkut aturan perniagaan dalam perdagangan barang-barang. Karena perdagangan itu biasanya dijalankan melalui pasar maka tataniaga disebut juga pemasaran (*marketing*), (Mubyarto, 1977).

Sub-sektor peternakan atau agribisnis berbasis peternakan adalah salah satu fenomena yang tumbuh pesat ketika basis lahan menjadi kritis. Tuntutan sistem usahatani terpadupun menjadi semakin rasional seiring dengan tuntutan efisiensi dan efektivitas penggunaan lahan, tenaga kerja, modal dan faktor produksi lain yang amat terbatas. Sementara itu, sektor peternakan sendiri yang amat terpuak pada

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. Z., 2005. Penggemukan Sapi Potong. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Arifin. B., 2004, Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia, Penerbit Buku Kompas, Jakarta.
- Badan Diklat dan Penyuluhan Pertanian., 1978, Manajemen Usahatani dan Tataniaga Hasil Pertanian, Yasaguna, Jakarta.
- Dalimartha N., E., 1972, Bagaimana Menciptakan Pasar, Bhratara, Jakarta.
- Downey. W.D. dan Steven., 1992. Manajemen Agribisnis, Edisi II (Terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Gaspertz V., 1991 Ekonometrika Terapan, Jilid 1, Tarsito, Bandung.
- Handoko. T. H., 1986, Manajemen, Edisi II, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler. P., 1996. Manajemen Pemasaran, Edisi VI Jilid 1 (Terjemahan). Erlangga, Jakarta.
- Masyhuri., 2004, Manajemen Finansial Petani dalam Upaya Membangkitkan Pertanian Progresif dalam Rekonstruksi dan Restrukturisasi Ekonomi Pertanian, PERHEPI, Jakarta.
- Meteod. R. Jr., 1979, Sistem Informasi Manajemen, Prenhallindo. Jakarta.
- Mosher. A. T., 1965, Menggerakkan dan Membangun Pertanian (Terjemahan), Yasaguna, Jakarta.
- Mubyarto., 1981, Pengantar Ekonomi Pertanian, LP3ES, Jakarta.
- Murtidjo. B. A., 1990, Beternak Sapi Potong, Kanasius, Jakarta.
- Siegel. S., 1996, Statistik Non Parametrik, Gramedia, Jakarta.
- Soekartawi., 1989, Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Rajawali Pres, Jakarta.

Sosroamidjojo. S., 1977. *Temak Potong dan Kerja*, Yasaguna, Jakarta.

Sukanto R, dan T.H.Handoko, 1983. *Organisasi Perusahaan; Teori dan Prilaku*, BPFE, Yogyakarta.

Sukirno. S., 1988, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Stoner, A.F., 1982, *Management*, Prentice/Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New York.

