

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prospek pengembangan ternak sapi potong di Indonesia masih terbuka luas. Hal ini disebabkan karena kebutuhan daging setiap tahunnya mengalami peningkatan, peningkatan ini sejalan dengan peningkatan taraf kesadaran dari penduduk akan gizi dan ekonomi. Selain itu dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk maka akan meningkat pula konsumsi daging sapi. Namun peningkatan daging sapi ini tidak diikuti oleh populasi ternak sapi potong (Yusuf dan Nulik, 2008).

Tabel 1. 1
Produksi dan Populasi Daging Sapi Potong 2011-2015

Tahun	Populasi (Juta ekor)	Produksi (Ton)	Impor (Juta ton)
2011	14,82	485,33	6,45
2012	15,98	508,91	6,68
2013	12,69	504,82	7,48
2014	14,73	497,67	7,89
2015	15,49	523,93	7,80
Pertumbuhan	3,53	3,82	3,37

Sumber: Kementerian Pertanian RI, 2015

Di Indonesia sapi potong terpusat di Pulau Jawa, Sulawesi, dan Bali. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan populasi sapi potong terbesar di Indonesia sebanyak 4,7 juta ekor atau 31,93 persen (Kementan BPS, 2011). Salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi pengembangan ternak sapi potong khususnya sapi madura adalah Kabupaten Sumenep. Hal ini dapat dilihat dari adanya daya pendukung seperti kesesuaian iklim dan luasnya lahan yang tersedia sehingga pakan ternak dapat dipenuhi serta kemampuan penduduk dalam memelihara ternak sapi. Daerah sentra sapi madura di Kabupaten Sumenep adalah Pulau Sapudi yang terdiri dari dua kecamatan yaitu Kecamatan Gayam dan Kecamatan Nonggunong.

Tabel 1. 2
Populasi Ternak Sapi Madura Per Kecamatan di Kabupaten Sumenep

Kecamatan	Tahun			
	2011	2012	2013	2014
Batuputih	16.172	31.847	32.182	34.018
Gayam	25.522	26.249	26.521	28.714
Nonggunong	20.815	13.728	13.876	14.709
Dungkek	14.677	22.198	22.417	18.989
Rubaru	13.921	20.710	20.912	18.489
Lenteng	15.162	18.653	18.834	17.014
Saronggi	11.458	13.053	13.211	13.054

Sumber: Badan Pusat Statistik Kab. Sumenep, 2014

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah populasi sapi di Kabupaten Sumenep setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perkembangan usaha ternak sapi madura yang merupakan usaha sektor ternak sapi yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Sumenep. Berdasarkan data populasi ternak sapi madura per kecamatan, Kecamatan Gayam dan Kecamatan Nonggunong menduduki peringkat setelah Kecamatan Batuputih. Namun dilihat dari total populasi ternak sapi madura, Pulau Sapudi (Kecamatan Gayam dan Kecamatan Nonggunong) menduduki peringkat pertama.

Di Pulau Sapudi terdapat fenomena usaha ternak yang menarik untuk diteliti, pulau yang terdiri dari dua kecamatan yakni kecamatan Gayam dan Nonggunong memiliki potensi dalam bidang peternakan yaitu sebagai pusat usaha pengembangan ternak sapi madura di Kabupaten Sumenep. Pemerintah telah merencanakan Pulau Sapudi sebagai wilayah pemurnian sapi jenis Madura (Winarso, 2014). Hal ini dilakukan agar rumpun sapi madura tetap terjaga populasi dan kemurniannya. Beternak sapi di pulau tersebut merupakan bagian dari kehidupan masyarakat yang telah menyatu secara sosial dan budaya. Sapi digunakan sebagai alat untuk membajak sawah, sebagai investasi, sebagai sumber pendapatan dan sebagai hiburan.

Peningkatan jumlah produksi sapi madura di Pulau Sapudi mendorong terlaksananya kegiatan pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Dalam kegiatan pemasaran sapi madura, peternak memiliki ketergantungan yang tinggi pada jasa pedagang pengumpul, hal ini disebabkan karena beberapa masalah diantaranya: (1) usaha yang dilakukan relatif kecil, (2)

posisi tawar peternak rendah, (3) jauhnya lokasi produsen dengan lokasi konsumen, (4) kecilnya modal yang dimiliki oleh peternak.

Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sapi madura akan mempengaruhi panjang pendeknya rantai pemasaran dan besarnya biaya pemasaran. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti ingin meneliti untuk memperoleh data dan informasi yang memadai untuk mengetahui saluran pemasaran sapi madura yang terlibat, margin pemasaran, keuntungan yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran, *farmer's share* dan faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran ternak sapi madura?
2. Bagaimana margin tiap lembaga pemasaran sapi madura?
3. Bagaimana sistem pemasaran sapi madura ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bentuk saluran pemasaran ternak sapi madura.
2. Menganalisis margin tiap lembaga pemasaran sapi madura.
3. Mengetahui sistem pemasaran sapi madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan informasi bagi pedagang sapi madura di Kecamatan Gayam Pulau Sapudi Kabupaten Sumenep.
2. Sebagai informasi dalam mengambil kebijakan pengembangan usaha perdagangan sapi madura.
3. Sebagai referensi bagi Dinas Peternakan dalam menentukan kebijakan sapi madura.
4. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.