

Maulinda Agustin. NIM. 140321100012. Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Kabupaten Sumenep. Dibawah Bimbingan Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP.

ABSTRAK

Sapi Madura dikenal sebagai *plasma nutfah* yang dilindungi dan dipertahankan kemurniannya di Pulau Madura. Sapi Madura dilakukan perkawinan silang yang dikenal dengan sapi silangan *Madrasin* (Madura *Limousin*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemasaran sapi potong berdasarkan Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Metode analisis data yang digunakan untuk struktur pasar adalah deskriptif kualitatif yaitu jumlah pelaku pasar dan hambatan keluar masuk pasar dan deskriptif kuantitatif menggunakan analisis Pangsa Pasar (*Market Share*) dan *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH), untuk perilaku pasar secara deskriptif kualitatif dengan mengetahui saluran, lembaga dan fungsi pemasaran. Penampilan pasar menggunakan analisis Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Struktur pasar pada pemasaran sapi potong di Desa Lobuk mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar oligopoli. 2. Berdasarkan analisis perilaku pasar menunjukkan sudah efisien karena hanya terdapat dua saluran pemasaran dan melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang desa. 3. Untuk penampilan pasar sudah efisien karena distribusi margin hanya diterima oleh pedagang dan *share* yang diterima peternak cukup besar yaitu >50 persen.

Kata kunci: Sapi Potong, Struktur Pasar, Perilaku Pasar, Penampilan Pasar

Maulinda Agustin. NIM. 140321100012. Marketing of Beef Cattle in Lobuk Village of Sumenep Regency. Supervised by Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP.

ABSTRACT

Madurese cattle are known as germplasm that are protected and maintained purity in the island Madura. Madurese cattle are crossbreed known as Madrasin cattle (Madura Limousin). The purpose of this study is to know the marketing of beef cattle based on Structure, Behavior and Market performance in Lobuk Village, Bluto Sub-District, Sumenep Regency. The data analysis method used for market structure is descriptive qualitative that is the number of market participants and the barrier of market entry and quantitative descriptive using Market Share and Hirschman Herfindahl (IHH) analysis, for qualitative descriptive market behavior by knowing channel, institution and marketing functions. Market appearance using Marketing Margin and Farmer's Share analysis. The results show that 1. Market structure in beef cattle marketing in Lobuk Village leads to imperfect competition market that is oligopoly market. 2. Based on the analysis of market behavior indicates it is efficient because there are only two marketing channels and involves a marketing agency that is a trader. 3. For the market appearance is efficient because the margin distribution is only accepted by the trader and the share received by farmers is quite large that is > 50 percent.

Key words: Beef Cattle, Market Structure, Market Conduct, Market Performance

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
BIODATA PENULIS	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Pemasaran	4
2.1.2 Pendekatan Struktur, Tingkah Laku dan Penampilan di Pasar	7
2.1.3 Sapi Potong	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Berpikir	20
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.2 Metode Penentuan Sampel	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Metode Analisis Data	24
3.4.1 Struktur Pasar	24
3.4.2 Perilaku Pasar	25
3.4.3 Penampilan Pasar	26
3.5 Batasan Masalah	27
3.6 Definisi Operasional	27
 BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
4.1.1 Letak Geografis	29
4.1.2 Jumlah Penduduk	30
4.1.3 Sosial Ekonomi	31
4.1.4 Sub Sektor Pertanian	34
4.2 Potensi Desa	34
4.3 Karakteristik Responden	35

4.3.1 Karakteristik Peternak Berdasarkan Usia	36
4.3.2 Karakteristik Peternak Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
4.3.3 Karakteristik Peternak Berdasarkan Pengalaman Beternak	37
4.3.4 Karakteristik Peternak Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	38
4.3.5 Karakteristik Peternak Berdasarkan Skala Kemepilikan Ternak	39
4.4 Karakteristik Responden Pedagang	39
4.4.1 Karakteristik Responden Pedagang Berdasarkan Usia	39
4.4.2 Karakteristik Responden Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
4.4.3 Karakteristik Responden Pedagang Berdasarkan Pengalaman Usaha	40
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Struktur Pasar Sapi Potong di Desa Lobuk	41
5.1.1 Jumlah Pelaku Pasar Sapi Potong	41
5.1.2 Hambatan Keluar Masuk Pasar Sapi Potong	41
5.1.3 Tingkat Konsentrasi Pasar di Desa Lobuk	42
5.2 Perilaku Pasar Sapi Potong di Desa Lobuk	44
5.2.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran Sapi Potong	45
5.2.2 Fungsi-Fungsi Pemasaran Sapi Potong	46
5.3 Penampilan Pasar Sapi Potong di Desa Lobuk	48
BAB VI PENUTUP	
6.1 Simpulan	52
6.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Populasi Sapi Potong menurut Provinsi Tahun 2016	1
Tabel 2.1	Struktur Pasar menurut Konsentrasi Penjual dan Pembeli.....	9
Tabel 3.1	Daftar Nama Kelompok Tani di Desa Lobuk.....	23
Tabel 3.2	Market Share dari Lembaga Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk	24
Tabel 3.3	Format Marjin Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.....	26
Tabel 4.1	Luas Wilayah dan Presentase Luas Wilayah menurut Desa (Ha)	30
Tabel 4.2	Banyaknya Penduduk menurut Desa dan Jenis Kelamin di Kecamatan Bluto Tahun 2016	31
Tabel 4.3	Jumlah dan Rasio Sekolah, Murid dan Huru di Kecamatan Bluto Tahun 2016.....	32
Tabel 4.4	Jumlah Rumah Tangga menurut Sektor Ekonomi di Kecamatan Bluto	33
Tabel 4.5	Penggunaan Lahan Pertanian di Kecamatan Bluto	34
Tabel 4.6	Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Pangan di Kecamatan Bluto	34
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Peternak berdasarkan Umur	36
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Peternak berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Peternak berdasarkan Pengalaman Beternak.....	38
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Peternak berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.....	38
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Peternak berdasarkan Skala Kepemilikan.....	39
Tabel 5.1	Perhitungan Pangsa Pasar dan Konsentrasi Rasio (Kr) pada Lembaga Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Tahun 2018	42
Tabel 5.2	Fungsi-Fungsi Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Tahun 2018	46
Tabel 5.3	Perhitungan Keuntungan dan <i>Farmer's Share</i> pada Saluran Pemasaran I Sapi Potong per Ekor	49
Tabel 5.4	Perhitungan Keuntungan dan <i>Farmer's Share</i> pada Saluran Pemasaran II Sapi Potong per Ekor	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Struktur, Tingkah Laku dan Penampilan Pasar.....	8
Gambar 2.2	Kurva Penawaran Permintaan Primer dan Turunan serta Margin Pemasaran.....	13
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Kabupaten Sumenep.....	20
Gambar 5.1	Saluran Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Tahun 2018	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Peternak.....	57
Lampiran 2. Kuisisioner Pedagang.....	66
Lampiran 3. Data Karakteristik Responden Peternak Sapi Potong	71
Lampiran 4. Data Lama Pengalaman Ternak, Jumlah Ternak, Luas Kandang (m ²) dan Status Kepemilikan	73
Lampiran 5. Data Karakteristik Responden Pedagang.....	75
Lampiran 6. Data Tujuan Penjualan Saluran 1.....	76
Lampiran 7. Data Tujuan Penjualan Saluran 2.....	77
Lampiran 8. Data Perhitungan Struktur Pasar.....	78
Lampiran 9. Perhitungan Pangsa Pasar dan Konsentrasu Rasio	79
Lampiran 10. Penerimaan Sapi Potong di Desa Lobuk.....	80
Lampiran 11. Biaya Penyusutan Peralatan Perekor/ Tahun.....	82
Lampiran 12. Penyusutan Biaya Tetap Perekor/ Tahun.....	86
Lampiran 13. Biaya Pakan Perekor/ Tahun	88
Lampiran 14. Biaya Jamu Perekor/ Tahun.....	90
Lampiran 15. Biaya Tenaga Kerja Perekor/ Tahun	92
Lampiran 16. Biaya Lain-Lain Perekor/ Tahun.....	94
Lampiran 17. Total Biaya Perekor/ Tahun.....	96
Lampiran 18. Rata-Rata Harga Penjualan Pedagang Perekor/ Tahun.....	98
Lampiran 19. Biaya Pemasaran Saluran 1.....	99
Lampiran 20. Data Perhitungan Margin Pemasaran Saluran 1	100
Lampiran 21. Biaya Pemasaran Saluran 2.....	101
Lampiran 22. Data Perhitungan Margin Pemasaran Saluran 2	102
Lampiran 23. Dokumentasi	103