

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian dalam mewujudkan program pembangunan peternakan secara operasional diawali dengan penataan kawasan melalui pendekatan sistem dan usaha agribisnis (Kasim, *et al*, 2011). Salah satu komoditi ternak yang memiliki potensi untuk mencukupi kebutuhan masyarakat adalah sapi potong. Menurut (Rusdiana *et al*, 2010) bahwa, sapi potong mempunyai peranan yang kompleks di dalam sistem pertanian di Indonesia, sebagai fungsi ekonomi dan biologis, sapi potong merupakan salah satu ternak yang diharapkan sumbangannya guna meningkatkan pendapatan petani dan sekaligus memberikan peranan untuk pertumbuhan ekonomi bagi petani.

Kebutuhan daging sapi potong di Indonesia belum terpenuhi dengan baik sehingga kekurangan tersebut dipenuhi dari impor. Kondisi yang sedemikian mengisyaratkan peluang untuk pengembangan usaha budidaya ternak sapi potong (Hartono, 2012). Sementara pertumbuhan populasi sapi potong di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2004 hingga tahun 2016 secara bertahap dari 10,53 juta ekor menjadi 16,09 juta ekor, meskipun pada tahun 2013 mengalami penurunan sebesar 3,29 juta ekor. Kebutuhan konsumsi daging sapi mengalami peningkatan dari tahun 2013 sebesar 2,280 kg/kapita/tahun menjadi 2,360 kg/kapita/tahun pada tahun 2014, dan pada tahun 2015 menjadi sebesar 2,400 kg/kapita/tahun (Sekjen Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2016). Hal di atas menunjukkan perkembangan konsumsi daging sapi lebih tinggi di bandingkan dengan perkembangan populasi sapi potong.

Tabel 1.1
Populasi Sapi Potong menurut Provinsi Tahun 2016

Provinsi	Jumlah (ekor)
Jawa Timur	4.534.460
Jawa Tengah	1.682.449
Jawa Barat	436.845

Sumber : Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan 2016

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu sentra pengembangan usaha ternak sapi potong tertinggi dari beberapa

provinsi di Jawa. Populasi sapi potong terbesar di Jawa Timur berada di Pulau Madura dengan populasi sapi potong sebesar 4.407.807 ekor yang tersebar di empat kabupaten diantaranya Bangkalan sebesar 200.279 ekor, Sampang sebesar 212.776 ekor, Pamekasan sebesar 190.635 ekor, dan Sumenep sebesar 357.422 ekor (Dinas Peternakan Jawa Timur, 2016). Perkembangan usaha sapi potong merupakan harapan yang positif untuk mensejahterakan masyarakat peternak dengan meningkatkan pendapatan. Di sisi lain juga disertai dengan adanya manajemen pengelolaan, baik dari teknis maupun manajemen pemasarannya (Hoddi *et al*, 2011).

Kecamatan Bluto merupakan salah satu sentra populasi ternak sapi potong yang berada di Kabupaten Sumenep dengan jumlah populasi sebesar 16.145 ekor pada semester 1 tahun 2017 (Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Kabupaten Sumenep, 2017). Sapi Madura dikenal sebagai *plasma nutfah* yang dilindungi dan dipertahankan kemurniannya di Pulau Madura, sesuai dengan UU nomor 6 tahun 1967 dan berdasarkan keputusan Menteri Pertanian tahun 2010 Nomor 3735/Kpts/HK.040/11/2010 yang menetapkan sapi Madura sebagai *rumpun* ternak lokal Indonesia. Menurut (Kutsiyah, 2012) menyatakan bahwa sapi Madura telah dilakukan perkawinan silang dengan pejantan unggul sapi bangsa lain (sapi *exotic*) atau yang dikenal dengan sapi silangan *Madrasin* (Madura *Limousin*).

Permasalahan yang terjadi dalam hal ini berupa lemahnya manajemen pemasaran, karena pemerintah yang tidak bisa ikut campur dalam penentuan biaya pemasaran. Kegiatan pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh lembaga pemasaran yang melibatkan beberapa badan atau perorangan mulai dari peternak (produsen) sampai ke tangan konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat mempengaruhi harga yang akan diterima oleh petani. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin rendah harga yang diterima oleh petani (Dewi *et al*, 2017). Sistem pemasaran dapat dikatakan efisien apabila dapat memberikan suatu balas jasa yang seimbang kepada semua pelaku pemasaran yang terlibat yaitu peternak sebagai produsen, pedagang perantara dan konsumen akhir. Hal tersebut menyebabkan besarnya biaya margin pemasaran yang tinggi, sehingga perlu bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengambil tema

pemasaran sapi potong Madura yang berjudul “Pemasaran Sapi Potong di Desa Lobuk Kabupaten Sumenep”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemasaran Sapi Potong berdasarkan :

1. Struktur pasar (*market structure*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep ?
2. Tingkah laku pasar (*market conduct*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep ?
3. Penampilan pasar (*market performance*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemasaran sapi potong dengan melihat pada tujuan-tujuan dibawah ini :

1. Menganalisis struktur pasar (*market structure*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep
2. Menganalisis tingkah laku pasar (*market conduct*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep
3. Menganalisis penampilan pasar (*market performance*) sapi potong di Desa Lobuk Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pemerintah diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan suatu kebijakan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha ternak sapi potong Madura.
2. Bagi penulis penelitian digunakan sebagai pengaplikasian ilmu, melatih kemampuan dalam menganalisis, dan wawasan terkait dengan pemasaran pada peternak sapi potong Madura.
3. Sebagai referensi bagi peneliti lainnya terkait dengan pemasaran pada peternak sapi potong Madura.