

SKRIPSI

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN DAGING SAPI DI KABUPATEN
KUANTAN SINGINGI**

Oleh :

MONA LISA
190102001



**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN
2023**

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN DAGING SAPI DI
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

SKRIPSI

Oleh:
MONA LISA
190102001

*Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar serjana
perternakan*

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN
2023**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI TELUK KUANTAN**

Kami dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang ditulis oleh :

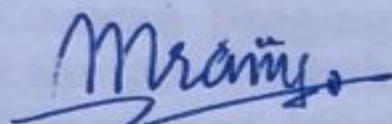
MONA LISA

Analisis Margin Pemasaran Daging Sapi Di Kabupaten Kuantan Singingi


Diterima sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Peternakan

Menyetujui :

Pembimbing I


MAHRANI, S.Pt., M.Si
NIDN. 1003127801

Pembimbing II


YOSHI LIA ANGGRAYNI, S.Pt., M.Si
NIDN. 1028018501

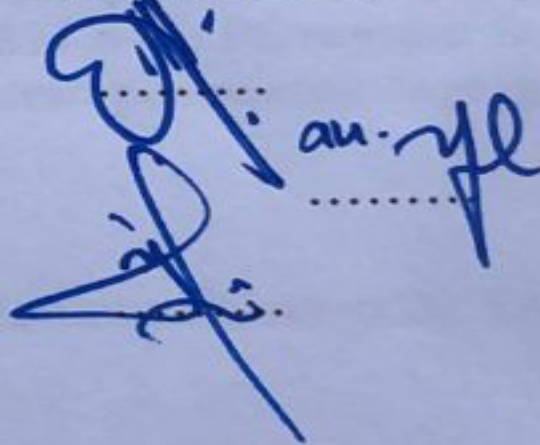
Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

Ketua

Seprido, S.Si M.Si


.....
an-yl
.....

Sekretaris

Jiyanto, S.Pt., M.Si

Anggota

Infitria, S.Pt., M.Si

Mengetahui :

**Dekan
Fakultas Pertanian**


SEPRIDO, S.Si, M.Si
NIDN : 1025098802
Tanggal Lulus : 25 Juli 2023

**Ketua
Program Studi Peternakan**



YOSHI LIA ANGGRAYNI, S.Pt., M.Si
NIDN. 1028018501

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran Daging sapi, mengetahui margin tiap lembaga pemasaran daging sapi, mengetahui saluran pemasaran daging sapi, dan mengetahui tingkat efisiensi pemasaran daging sapi pada saluran pemasaran di Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini dilaksanakan Di Pasar Usang Baserah di Kecamatan Kuantan Hilir, Pasar Benai di Kecamatan Benai, dan Pasar Modren di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi pada bulan November 2022-januari 2023. Metode pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian yang diperoleh adalah sistem pemasaran daging sapi di Pasar Usang Baserah di Kecamatan kuantan hilir, Pasar Benai di Kecamatan Benai, dan Pasar Modren di Kecamatan Kuantan Tengah di Kabupaten Kuantan Singingi terdiri dari satu saluran pemasaran yaitu perternak-pedagang-konsumen. Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran yaitu sebesar Rp.537.359. Pada saluran ini pedagang memiliki margin sebesar Rp.6.429.000. Sedangkan keuntungan yang didapatkan oleh pedagang dalam lembaga pemasaran daging sapi sebesar Rp.5.891.641. Persentase farmer share's sebesar 0,62%. Dan efisiensi pada lembaga saluran pemasaran daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi sebesar 0,03%.

Kata kunci: Analisis Margin, Efisiensi Pemasran, Saluran Pemasaran, Daging sapi

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daging merupakan salah satu sumber protein hewani yang bersumber dari hewan ternak. Daging dapat dihasilkan dari berbagai komoditas peternakan seperti ternak besar, ternak kecil dan ternak unggas. Ternak besar seperti sapi merupakan salah satu jenis ternak yang memiliki peranan penting sebagai penghasil daging dengan kualitas dan kuantitas cukup baik. Jenis atau bangsa sapi yang terdapat di Indonesia sebagai penghasil daging adalah sapi potong seperti bangsa sapi Bali,.

Ciri-ciri sapi bali adalah laju pertumbuhannya cepat tubuh kompak dan dalam,berbentuk segi empat atau blok,cepat mencapai dewasa dan efisiensi tinggi (Menristek,2005) masyarakat memilih sapi bali untuk di pelihara di karenakan tidak menemui banyak kesulitan saat di pelihara dan sapi bali juga memiliki keunggulan berupa daya adaptasi iklim tropis yang tinggi,tahan terhadap cuaca panas,tahan terhadap gangguan parasit seperti gigitan nyamuk dan caplak.dan memiliki toleransi yang baik terhadap pakan dengan serat kasar yang tinggi (astute,2004).maka dari itu sapi bali merupakan alternative untuk di pelihara untuk sapi potong dan di dukung dengan ketersediaan pakan dan lahan yang cukup luas dengan adanya padang rumput disana,menurut data BPS tahun (2021) di kuantan hilir ada 544 ekor sapi potong yang di pelihara.

Strategi pemasaran juga menjadi salah satu penentu keberhasilan pemasaran yang tentunya memperhatikan saluran pemasaran seperti produk, tempat, harga, dan promosi. Penentu strategi pemasaran berkaitan dengan analisa lingkungan internal dan

analisa lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan suatu kondisi yang ada dalam perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis lingkungan eksternal perusahaan mempunyai ruang lingkup yang lebih luas berupa pengidentifikasian lingkungan makro, lingkungan mikro, dan kekuatan lingkungan industri (Astati, dkk 2016).

Biaya pemasaran ini sering kali diukur dengan margin pemasaran yaitu bagian yang dibayarkan konsumen ketika membeli produk atau barang yang diperlukan untuk menutupi biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran yang belakangan dilakukan (Kotler,2005). Margin pemasaran menurut Saefuddin (1995), adalah perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang di bayar konsumen yang terdiri dari: biaya-biaya untuk menyalurkan atau memasarkan dan keuntungan lembaga pemasaran atau marjin itu adalah perbedaan harga pada suatu tingkat pasar dari harga yang dibayar dengan harga yang diterima.

Kabupaten Kuantan Singingi merupakan daerah yang sangat baik untuk dijadikan sebagai tempat pengembangan ternak sapi potong. Hal ini dikarenakan adanya daya dukung kesesuaian iklim dan akses keberbagai daerah di Kabupaten Kuantan Singingi memiliki keunggulan dalam usaha peternakan sapi potong karena ketersediaan lahan yang luas sehingga ketersediaan pakan ternak dapat terpenuhi dengan kondisi lahan yang cukup luas, jenis sapi yang di pelihara khususnya masyarakat di Kabupaten Kuantan Singingi kebanyakan memelihara jenis sapi Bali dikarenakan sapi bali mempunyai sifat yang khas baik ditinjau dari segi luarnya (ukuran tubuh, warna bulu) maupun dari genetiknya (laju pertumbuhan), dagingnya yang cukup tebal dan banyak.

Pemasaran daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi terutama pasar Modern, Benai, dan Pasar Usang Basrah yang merupakan Pasar yang beroperasi di Kuantan Singingi, yang telah saya selusuri ternyata ada 1 saluran pemasaran yaitu; Perternak-Pedagang kecil-Konsumen. Di Pasar Modern, Benai dan Usang Basrah . Daging yang di jual masih berasal dari Kuantan Singing jumlah daging sapi yang dijual setiap hari Rabu di Pasar Modern, Kamis Benai dan Sabtu Basrah sebanyak sekitar 100kg-300kg/hari pasarnya. Harga daging sapi tersebut berkisar antara Rp.135.000/kg sampai Rp.150.000/kg. dan apabila daging yang dijual oleh pedagang tidak habis akan dilakukan penyimpanan di dalam prizer selama hari yang di tentukan. Perbedaan harga daging sapi di masing-masing penjual tersebut. Di karenakan adanya perbedaan kualitas daging di setiap masing-masing pedagang Untuk itu, perlu dilakukan penelitian mengenai analisis harga daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat diketahui berapa margin harga daging sapi dari tingkat produsen hingga sampai ke konsumen akhir.

Tingginya harga daging sapi di pasar disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: 1) harga sapi hidup dari para pengusaha atau peternak yang masih sangat tinggi, 2) berkurangnya jumlah pasokan daging sapi dan 3) naiknya harga BBM ini sehingga menyebabkan harga daging sapi pun meningkat sehingga harga konsumsi juga terbatas karena harga daging yang tinggi. hanya dibutuhkan hari-hari tertentu saja atau hari-hari besar saja, dan untuk konsumsi sehari-hari mereka lebih mengganti daging itu ke ikan dan daging ayam di karenakan lebih murah dibandingkan daging sapi, Menurut data terbaru dari BPS (2019-2021) produksi daging ternak (kg) 330,482 di kuantan singing.

Rendahnya konsumsi daging di Kabupaten Kuantan Singingi, khususnya daging sapi disebabkan oleh beberapa faktor.(1) kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi daging yang masih sangat rendah. (2) harga daging sapi itu sendiri yang tinggi atau mahal (3) harga dan biaya pemasaran yang tidak menentu. Para peternak selalu berpatokan dengan harga jual yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul melalui penaksiran karna tidak adanya patokan harga dari pemerintah membuat harga daging sapi mahal.

Secara umum karakteristik responden yang terlihat di Kuansing pada prasurvei sebanyak 25 Orang. Di antaranya 5 orang berperan sebagai pedagang pengencer antaranya Pasar Modern berjumlah 3 orang, pasar Benai terdapat 1 orang dan Pasar Usang Basarah terdapat 1 orang pedagang pengecer,dan 30 orang konsumen.Di Pasar Modern, Benai dan pasar Usang Baserah Dari data tersebut terlihat bahwa pedagang daging sapi di Pasar Modern Benai dan pasar Usang Baserah mempunyai umur yang bervariasi yaitu antara 30– 55 tahun dengan tingkat pendidikan rata-rata tamat SMA, Dilihat dari pengalaman berdagang hanya ada 3 orang yang memiliki pengalaman kurang dari 5 tahun. Rata-rata tanggungan keluarga responden yaitu 3 orang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis margin pemasaran daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi”

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 .Kesimpulan

1. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam Analisis margin daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi adalah Lembaga pemasaran ini terdiri dari satu salura pemasaran yaitu Peternak-Pedagang-Konsumen. Responden pedagang berjumlah 5 orang yang berusia 36-57 tahun serta mempunyai pengalaman bekerja 3,4,5 dan 20 tahun.
2. Berdasarkan dari analisis margin pemasaran pada lembaga pemasaran ini yaitu sebesar Rp.6.639.000 Dengan keuntungan Rp.5.891.641 sekali produksi.
3. Berdasarkan nilai efisiensi dari Analisis margin pemasaran daging sapi Kabupaten Kuantan Singingi yaitu dengan persentase 0,03 sistem pemasaran dapat dikatakan efisien apabila nilai efisiensi pemasarannya <1 . bahwa nilai efisiensi terlihat dari analisis margin pemasaran daging sapi di Kabupaten Kuantan Singigi adalah <1 yang artinya efisien. apabila >1 maka saluran pemasaran bisa di katakana tidak efisien

5.2.Saran

Adapun saran yang bisa disampaikan terkait dengan penelitian ini yaitu di sarankan kepada pelaku yang terlibat memasarkan daging sapi memilih dan menentukan saluran pemasaran yang lebih baik dan menguntungkan sehingga memeberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat dalam system pemasaran daging sapi di Kabupaten Kuantan Singingi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Alamsyah Aditya Fauzi, Taslim, dan Anita Fitriani. 2016. "Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Hewan Tanjungsari". Skripsi. Fakultas Peternakan Unpad.
- Angipora. 2002. Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Astati, A. Suarda, dan Indah Fatmah Supardi. 2016. Strategi Pemasaran Sapi Potong (Studi Kasus Pt. Berdikari United Livestock Kabupaten Sidrap). *Jurnal Ilmu dan Industri Perternakan*. 3(1).
- Astuti, M. 2004. potensi keragaman sumberdaya genetika sapi bali. *wartazoz*. 14(4):30-3
- Bahri, S. 2008. Beberapa aspek keamanan pangan asal ternak di Indonesia. *Pengembangan Inovasi Pertanian* 1(3): 225-242.
- Basu dan Hani (2004:4) Menurut Basu dan Hani, pengertian pemasaran adalah proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan banderol harga barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun distribusianya,
- Bloom, Paul N & Louise, N. Boone Strategi Pemasaran Produk, 18 Langkah Membangun Jaringan Pemasaran
- Daniel, M. 2002. Pengantaran Ekonomi Pertanian Untuk Perencanaan. Universitas Indonesia Pres. Jakarta.

- Ginting, P, 2006. Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian, USU Press, Medan. Indriyo, G. S. 2001. Akuntansi Biaya Edisi Ketujuh. Penerbit BPFE, Yogyakarta. Ilham, Nyak. 2001. "Analisis Penawaran dan Permintaan Daging Sapi di Indonesia". Skripsi. Fakultas Ilmu Pertanian.
- Harper W. 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global, Erlangga, Jakarta.
- Ilham, Nyak. 2001. "Analisis Penawaran dan Permintaan Daging Sapi di Sumitra Jaka, Tri Anggraeni Kusumawatin dan Rini Wisiati. 2013. Pemasaran.
- Indriyo, G, S. 2001. Akuntansi Biaya Edisi Ketujuh. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Jaya, A. H. M. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar. *Skripsi*. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas.
- Jumiati, E. Darwanto, D. H. Hartono, S dan Mashuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1*.
- Kartajaya, H. (2015). Indonesia WOW Markplus WOW We are WOW. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler Philip dan Armstrong, Gary. Dasar-dasar Pemasaran Ed.9 (Jakarta :
- Kotler Philip. Manajemen Pemasaran Ed-Milenium jilid 1 (Jakarta : Indeks, 2004)
- Kotler Philip. Marketing Insight From A to Z : 80 Konsep yang Harus Dipahami
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasara Analisis, Perencanaan, mplementasi dan Kontrol, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta
- Leo, B Aswar. 2015. "Analisa Keuntungan Lembaga Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto". Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Menristek.2005.*budidaya ternak bali*.jakarta
- Mulady. 2009 buku akuntansi biaya: unsur biaya produksi, biaya pemasaran, pengelolaan biaya pemasaran. edisi kelima, yogyakarta: badan penerbit universitas gajah mada.
- Mulyadi. 2014. Sistem Akuntansi. Cetakan Keempat. Salemba Empat, Jakarta.
- Ningsih Umi Wisapti, Budi Hartono, dan Eko Nugroho. 2017. Analisis pemasaran Sapi Potong Melalui Analisis Margin, Transmisi Harga, Struktur
- Oleh Setiap Manajer Ed-1 (Jakarta : Erlangga, 2004)

- Prasetyo, D. 2013. Sifat Fisik dan Palatabilitas Bakso Daging Sapi dan Daging Kerbau pada Lama Postmortem yang Berbeda. Skripsi. Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.
- Putritama, Jaisy Aghniarahim, Nanang Febrianto, dan poespitasaki Hasanah Ndotu. 2017. Strategi pemasaran sapi potong di PT. Tunas Jaya Raya Abadi Nganjuk. Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan 28 (2): 96 – 104.
- Rahmi, dan hastuti, 2007. Respon peternak sapi potong terhadap pemanfaatan pelepah kelapa sawit sebagai pakan di desa Buit Harapan kecamatan Kerinci Kanan kabupaten Siak.
- Ranupandojo, 1990. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Saefuddin, AM. 1995. Harga Margin Pemasaran. Universitas Kelautan Bogor, Bogor
- Saliem, H.P. 2004. Analisis Margin Pemasaran: Salah Satu Pendekatan dalam Sistem Distribusi Pangan. Dalam: prosiding Prospek Usaha dan Pemasaran Beberapa Komoditas Pertanian. Monograph Series No. 24. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Santoso. 1993. Tata Laksana Pemeliharaan Ternak Sapi. Penebar Swadaya Jakarta
- Sitorus, P., Subandriyo and I. Inounu. 1985. A study of some aspects of reproduction of Javanese Thin-Tailed and Javanese Fat-Tailed sheep. Proc. 3rd Annu. AAAP Congr. (Seoul) 1:435.
- Soekartawi, 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, 2009. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soeparno. 2008. Ilmu dan Teknologi Daging. Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Sonjaya, H. E. Bustam, M. Jufri, A.L. Toleng dan Sudirman. 1991. Survei Ternak Sapi Bali di daerah Pedesaan Propinsi Sulawesi Selatan. Makassar
- Stanton, William. J, 1993. Prinsip Pemasaran jilid 2. (Diterjemahkan oleh : Sadu
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Sudiyono. A. 2001. Pemasaran Pertanian. Edisi Pertama. UUM Press. Penerbitan Universitas Brawijaya Malang. Malang
- Suek, Ferdinan s. 2016. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Kupang Dengan Pendektan Struktur, Prilaku, dan Tampilan Pasar. Jurnal Partner. 2: 1-10.
- Suharno,B. 1999. Kiat Sukses Berbisnis Ayam. Penebar Swadaya. Jakarta Badan Pusat Statistik Jakarta Selatan. 2007. Jakarta Selatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Jakarta Selatan.
- Suherman, Edi, Edhy Mirwandhono, dan Armyrn Hakim Daulay. 2014. Analisis Marjin Pemasaran Daging Sapi di Pasar-Pasar Tradisional Kota Medan. Jurnal Peternakan Integratif 3(2) : 156-166.
- Sumantri, J., Kusumastuti, T. A., & Widiati, R. (2013). Pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Buletin Peternakan, 37(1), 49-58. Sundaru). Erlangga. Jakarta.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- Usmiati S. 2010. Pengawetan daging segar dan olahan. Bogor: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian. J Teknol Sains. 9(3):46-51.
- W.D., dan S.P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga. Jakarta.
- W.D., dan S.P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga. Jakarta
- Wello, B. 2008. Strategi Peningkatan Kualitas GenetikSapi Bali di Sulawesi Selatan, Universitas Hasanuddin.
- Widitananto, G. Sihombing dan A.I Sari. 2012. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul. Jurnal Tropical Animal Husbandry. 1 (1): 59-66
- Widiyanti. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Talas Kasus di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor Jawa Barat
- William, G. 1993. Pengantar peternaka di daerah tropis.UGM Yogyakarta.
- Winardi, 1989, Strategi Pemasaran (Marketing Strategy), Mandar Maju. Bandung Wiwit.

