
KAJIAN RANTAI PASOK DAN PEMASARAN DAGING SAPI DI KABUPATEN MEMPAWAH

ISMARENI¹⁾, ANI MUANI²⁾, KOMARIYATI²⁾

¹⁾ Alumni Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas
Tanjungpura Pontianak.

²⁾ Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak

ABSTRACT

Beef is one of the food products that have no nutritional value in other to meet protein needs for the community. Beef supply chain is a concept that has a regulatory system relating to product flow, financial flow and information flow which jointly working to create and deliver a product into the hands of end users in the process of distribution of beef cattle live into beef. This study aims not only to determine the flow of products, financial flows and the flow of information in the beef supply chain, but also to analysis the efficiency of the level marketing. The study used description and analyisc whith proportional random sampling and snowball sampling methods. The data is this study have been analysis by using marketing efficiency analysis, marketing margin, analysis and farmers share as well as profitability index. The results of this study as follow : (1) there streams in the beef supply chain in Mempawah Regency such as product flow, financial flows and information flow are not working well optimally; (2) the distribution channel of beef supply chain in Mempawah Regency is efficient based on efficiency of marketing value, marketing margins are profitable, the value of FS > MP and PI values that show the value of profits earned.

Keywords : Supply Chain, Beef, Marketing

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan prioritas ke-5 tingkat Nasional dalam Rancangan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kementerian Pertanian Tahun 2010-2014, hal ini menjadi acuan dan arahan dalam merencanakan dan melaksanakan pembangunan pertanian periode 2010-2014 secara menyeluruh, terintegrasi, efisien dan sinergis (Ditjennak, 2010). Data statistik Peternakan dan Keswan (2013) mencatat bahwa secara keseluruhan konsumsi daging per kapita mengalami kenaikan sebesar 9,49% pada rentang 2008-2012. Konsumsi perkapita pada tahun 2008 sebesar 6,43 kg/kapita/tahun meningkat menjadi 7,04 kg/kapita/tahun pada tahun 2012. Kabupaten Mempawah mempunyai potensi ekonomi subsektor peternakan sapi potong yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dan agar mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kemakmuran masyarakat, yang ditunjukkan peningkatan jumlah populasi ternak, dan banyaknya pemotongan sapi dari tahun 2009 sampai tahun 2013.

Tabel 1. Populasi, Produksi dan Jumlah Pemotongan Ternak Sapi Kabupaten Mempawah

Tahun	Populasi (ekor)	Produksi (ton)	Banyaknya Pemotongan (ekor)
2009	14.540	410,95	5.185
2010	18.540	594,51	10.926
2011	14.036	389,06	2.689
2012	15.818	406,45	2.700
2013	11.076	331,40	2.223

Sumber : BPS Kabupaten Pontianak, 2014

Tabel 1, memperlihatkan bahwa Kabupaten Mempawah mempunyai potensi ekonomi subsektor peternakan sapi potong yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dan akan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah populasi ternak, dan banyaknya pemotongan sapi dari tahun 2009 sampai tahun 2013. Sedangkan untuk pertumbuhan jumlah penduduk dari tahun 2010 sampai 2013 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penduduk Kabupaten Pontianak

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
2010	118.980	115.041	234.021
2011	120.969	117.422	238.391
2012	123.023	119.072	242.095
2013	125.011	120.913	245.924

Sumber : BPS Kabupaten Pontianak, 2014

Berdasarkan Tabel 2, pertumbuhan penduduk di Kabupaten Mempawah meningkat dari tahun ke tahun yang mengakibatkan meningkatnya konsumsi pangan hewani dan meningkatkan permintaan persediaan stok pangan hewani sapi potong. Permintaan dan persediaan daging sapi masyarakat Kabupaten Mempawah menjadi salah satu peluang besar dalam usaha ternak sapi potong, namun masih banyak masyarakat belum tertarik untuk membuka usaha sapi potong, hal ini sering dikemukakan bahwa dalam usaha ternak sapi potong ini belum diperoleh distribusi keuntungan dalam pemasaran ternak dan daging sapi di Kabupaten Mempawah. Rantai pasok merupakan jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Pada umumnya ada tiga macam aliran yang harus dikelola yaitu aliran barang yang mengalir dari hulu hingga ke hilir, aliran uang dan sejenisnya dan aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu hingga ke hilir (Pujawan, 2005).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pola aliran Produk, aliran keuangan, dan aliran informasi rantai pasok daging sapi dari pemasok bahan baku, hingga pendistribusian aliran produk ke tingkat konsumen; (2) Aktivitas yang terjadi dalam setiap anggota rantai pasok mulai dari hulu hingga ke hilir; (3) Saluran pemasaran yang paling efisien.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Mempawah dengan pertimbangan merupakan daerah yang potensi untuk pengembangan dan pemasaran ternak sapi.

Lokasi penelitian ditentukan dengan sengaja (*purposive*), menurut Antara (2009) *purposive* adalah suatu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan atas pertimbangan – pertimbangan tertentu. Lokasi penelitian yaitu seluruh kecamatan di Kabupaten Mempawah, dengan dasar pertimbangan bahwa setiap Kecamatan memiliki memiliki potensi pengembangan agribisnis sapi potong yang lebih baik (Dinas Pertanian, Peternakan, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Pontianak, 2013).

Teknik Pengumpulan dan Sumber Data

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei (*survey method*), yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik intuisi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 1998), yang ditujukan untuk pengumpulan data di tingkat peternak, studi kasus ditujukan untuk pengumpulan data pada berbagai alternative kelembagaan rantai pasok daging sapi, dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data (Singarimbun dan Efendi, 1989)

Analisis Data

Untuk menghitung tingkat efisiensi pemasaran dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara total biaya dengan total nilai produk daging sapi yang dipasarkan, sehingga dapat dirumuskan (Soekartawi, 2002):

$$Eps = \frac{B}{H} \times 100\%$$

Keterangan:

Eps	:	Efisiensi pemasaran (%)
Bp	:	Biaya pemasaran
Hp	:	Harga penjualan

Dengan kaidah keputusan :

- Eps < 5% = Efisien
- Eps > 5% = Tidak efisien

Langkah selanjutnya untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat dilihat berdasarkan nilai distribusi margin pemasaran pada rantai pasokan daging sapi. Menurut Soekartawi (1997), Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran.

1. Analisis Margin Pemasaran, untuk menghitung jumlah margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus sebagai berikut, (Hanafiah dan Saefuddin, 1986)

$$M = Hp - Hb$$

Dimana :

M = Margin pemasaran

Hb = Harga pembelian

Hp = Harga penjualan

2. Untuk menghitung persentase margin, digunakan rumus, (Hanafiah dan Saefuddin, 1986)

$$\%M = M / Hp \times 100\%$$

Dimana :

%M = Persentase Margin

Hp = Harga penjualan di tingkat konsumen akhir

M = Margin

3. Untuk mengetahui jumlah keuntungan yang di peroleh masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut, (Adiwilaga, 1996)
- $$= M - Bp$$

Dimana :

= Keuntungan lembaga pemasaran

Bp = Biaya penjualan

M = Margin

4. Berikut adalah rumus untuk perhitungan margin pemasaran dan distribusi margin pemasaran (Rahim dan Hastuti, 2007):

Rumus margin pemasaran sapi potong hidup

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp/Ekor)

Pr : Harga di tingkat pedagang sapi hidup atau pengusaha daging/jagal (Rp/Ekor)

Pf : Harga di tingkat peternak (Rp/Ekor)

5. Farmer's Share

Farmer's share merupakan persentase harga yang diterima peternak dibandingkan dengan harga jual pada pedagang sapi. *Farmer's share* dalam kegiatan pemasaran dapat dijadikan dasar atau tolak ukur efisiensi pemasaran. Semakin tinggi tingkat *farmer's share* yang diterima peternak maka dikatakan semakin efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan dan sebaliknya semakin rendah tingkat persentase *farmer's share* yang diterima peternak, maka semakin rendah pula tingkat efisiensi dari suatu pemasaran.

Untuk mengetahui bagian harga yang diterima peternak sapi dari harga di tingkat konsumen akhir pada penelitian ini, menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) digunakan perhitungan dengan rumus :

$$FS = \frac{H}{H} \times 100\%$$

Keterangan :

FS : *Farmer's share*

HP : Harga produsen (Rp/Kg)

HK : Harga konsumen akhir (Rp/Kg)

Menurut Azzaino (1991) bahwa suatu pemasaran dikatakan efisiensi jika *farmer's share* lebih besar dari margin pemasaran ($FS > MP$). Untuk menguji saluran pemasaran mana yang paling efisien dilakukan dengan membandingkan efisiensi saluran pemasaran tersebut. Makin tinggi persentase *farmer's share* terhadap margin pemasaran, maka makin efisiensi saluran pemasarannya.

6. Profitability Indeks (PI)

Rasio keuntungan dan biaya menunjukkan perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan yang dihasilkan. Semakin meratanya margin pemasaran dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran, menunjukkan bahwa secara teknis (operasional) sistem pemasaran tersebut semakin efisien (Libong dan Panggabean, 1985 dalam Nugraha, 2006). Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1982) Untuk mengetahui penyebaran rasio keuntungan dan biaya, pada masing-

Rantai pasok daging sapi adalah merupakan jaringan bisnis yang menghubungkan pemasok, produsen dan pelanggan, ada tiga macam pola aliran pada rantai pasok :

1.1. Aliran produk

Secara teknis proses aliran daging sapi pada semua aliran tersebut diawali dengan penentuan jumlah daging sapi yang di pesan/order oleh pelanggan/konsumen yaitu berdasarkan prediksi penjualan tiap hari (jumlah penjualan rutin perhari ke pelanggan tetap) ditambah pesanan yang tidak rutin dari pelanggan dan prediksi penjualan di luar pelanggan/ konsumen.

Aliran produk merupakan aliran barang dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Produk dalam rantai pasokan ini berupa sapi hidup menjadi daging sapi segar sebagai produk utama dan hasil *output* lain sebagai *side product* yang siap untuk dijual. Sapi potong hidup di Kabupaten Mempawah merupakan sapi yang berasal dari peternakan rakyat. Mayoritas jenis sapi yang didistribusikan adalah jenis Sapi Lokal, Sapi Madura, Sapi Bali, Brangus, Brahman, Bali, Peranakan Ongole (PO), Limosin dan Sapi Simental.

Secara keseluruhan aliran produk berupa sapi potong hidup menjadi daging sapi mengalir dari peternak, pedagang sapi hidup, pengusaha daging/ jagal, pedagang pengecer daging hingga ke konsumen daging sapi segar. Produk mengalami perubahan bentuk, milik, lokasi dan waktu selama proses distribusi.

Proses aliran produk dinilai belum optimal, karena tidak sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan terutama untuk penanganan pasca pemotongan.

1.2. Aliran keuangan

Aliran keuangan merupakan perpindahan uang yang mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan mengalir dari konsumen hingga ke peternak sapi potong hidup. Berdasarkan Gambar 4.1, tentang pola aliran dalam rantai pasok daging sapi menunjukkan bahwa keuangan mengalir dari pedagang sapi hidup kepada peternak. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan akan terjadi transaksi apabila ada kesepakatan dan kesesuaian produk dengan harga yang ditawarkan oleh peternak, namun ada juga pembayaran dilakukan apabila daging sudah habis terjual oleh pengusaha daging hal ini tergantung pada kesepakatan yang telah dilakukan antara pengusaha daging/ jagal dengan pedagang sapi.

Aliran keuangan yang berasal dari konsumen daging ke pedagang pengecer ataupun dari konsumen ke pengusaha daging/ jagal mengalir secara langsung karena transaksi yang dilakukan keduanya juga dilakukan secara langsung. Aliran keuangan mengalir dari konsumen langsung ke pengusaha daging/ jagal karena pengusaha daging/ jagal sendiri yang melakukan penjualan terhadap daging sapi di pasar dengan bantuan tenaga kerjanya.

1.3. Aliran informasi

Aliran informasi merupakan aliran yang terjadi baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya dari hilir ke hulu. Informasi yang mengalir berkaitan dengan stok sapi hidup, jumlah permintaan, harga sapi hidup, harga daging sapi maupun informasi terkait peraturan pemotongan. Aliran informasi yang ada mengalir secara vertikal maupun secara horizontal. Aliran mengalir secara vertikal artinya terdapat koordinasi pada mata rantai yang berbeda yaitu antara peternak, belantik, pedagang sapi, pengusaha daging/ jagal, pedagang daging sapi, pedagang pengecer, dan konsumen.

Sedangkan aliran secara horizontal artinya terdapat koordinasi pada sesama anggota mata rantai. Contoh adanya koordinasi secara horizontal yaitu adanya koordinasi antar pedagang sapi hidup terkait dengan stok sapi yang ada di tingkat peternak. dan adanya koordinasi antar sesama pengusaha daging/jagal terkait jumlah stok daging yang dimiliki menjadi bentuk adanya koordinasi secara horizontal. Ada beberapa aliran informasi yang mengalir secara vertikal antar mata rantai dalam rantai pasokan daging sapi.

2. Analisis Efisiensi Pemasaran pada Rantai Pasok Daging Sapi di Kabupaten Mempawah

Nilai efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang di pasarkan (Soekartawi, 1989). Makin kecil nilai efisiensi yang didapatkan maka makin efisiensi saluran pemasaran tersebut.

Tabel 3. Margin Pemasaran, Distribusi Margin dan *Share* Daging Sapi

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Distribusi Margin/ DM (%)	Share (%)
Peternak			
Biaya-biaya			
Harga beli anakan umur ± 6 bln	75.000,55		
a. Biaya pakan selama ±24 bln	121,90		
b. Biaya tenaga kerja	246,06		
c. Biaya peralatan	1.927,51		
d. Biaya transportasi	1.538,62		
Harga Jual	102.369,00		85,31
Keuntungan	22.979,39		
Belantik			
Harga beli	102.369,00		
Biaya-biaya			
a. Biaya kandang	158,73	0,90	0,13
b. Biaya peralatan	102,04	0,58	0,09
c. Biaya pakan	69,19	0,39	0,06
d. Biaya tenaga kerja	147,39	0,84	0,12
e. Biaya transportasi	323,13	1,83	0,27
Harga Jual	104.000,00		
Keuntungan	830,52	4,71	0,69
Pedagang Sapi			
Harga beli	104.000,00		
Biaya-biaya			
a. Biaya kandang	133,22	0,76	0,11
b. Biaya peralatan	113,38	0,64	0,09
c. Biaya pakan	69,19	0,32	0,05
d. Biaya tenaga kerja	147,39	0,87	0,13
e. Biaya transportasi	323,13	1,70	0,25
Harga Jual	106.000,00		
Keuntungan	1.243,77	7,05	1,04
Pengusaha Daging/Jagal			
Harga beli	106.000,00		
Biaya-biaya			
a. Biaya kandang	263,61	1,50	0,22
b. Biaya peralatan	150,23	0,85	0,13
c. Biaya pakan	81,63	0,46	0,07
d. Biaya tenaga kerja	1.587,30	9,00	1,32
e. Biaya transportasi	439,34	2,49	0,37
Harga Jual	110.333,00		
Keuntungan	1.810,89	10,27	2,31
Pedagang Daging			

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Distribusi Margin/ DM (%)	Share (%)
Harga beli	110.333,00		
Biaya-biaya			
a. Biaya kandang	195,58	1,11	0,16
b. Biaya peralatan	104,88	0,59	0,09
c. Biaya pakan	83,90	0,48	0,07
d. Biaya tenaga kerja	277,78	1,58	0,23
e. Biaya transportasi	348,64	1,98	0,29
Harga Jual	114.111,00		
Keuntungan	2.767,22	15,70	2,31
Pedagang Pengecer			
Harga beli	114.111,00		
Biaya-biaya			
a. Biaya transportasi	314,63	1,78	0,26
b. Biaya retribusi pasar	51,02	0,29	0,04
c. Biaya tenaga kerja	325,96	1,85	0,27
d. Biaya peralatan	130,39	0,74	0,11
Harga Jual	120.000,00		
Keuntungan	5.067,00	28,74	4,22
Konsumen			
Harga beli	120.000,00		
Margin Pemasaran (MP)	17.631,00		
% MP	14,69		
		100,00	100,00

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

Berdasarkan Table 3, dapat dilihat bahwa saluran pemasaran daging sapi besarnya margin pemasaran untuk setiap ekor sapi potong hidup pada saluran pemasaran sebesar Rp 17.631,00 dimana nilai ini merupakan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh peternak. Distribusi Margin keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai daging sapi adalah berturut sebagai berikut blantik sebesar Rp. 830,52 atau 4,73 persen, sedangkan margin biaya yang dibayarkan oleh blantik Rp 800,48 atau 0,69 persen, artinya saluran distribusi ini menguntungkan. Untuk pedagang sapi hidup distribusi margin keuntungan sebesar Rp. 1.243,77 atau 7,05 persen, sedangkan margin biaya yang dibayarkan oleh pedagang sapi hidup Rp 756,53 atau 1,04 persen, artinya saluran distribusi ini menguntungkan. Untuk pengusaha daging/ jagal distribusi margin keuntungan sebesar Rp. 1.810,58 atau 10,27 persen, sedangkan margin biaya yang dibayarkan oleh pengusaha daging/ jagal adalah Rp 2.522,11 atau 1,51 persen, artinya saluran distribusi ini menguntungkan. Untuk pedagang daging sapi distribusi margin keuntungan sebesar Rp. 1.243,77 atau 7,05 persen, sedangkan margin biaya yang dibayarkan oleh pedagang sapi hidup Rp 756,53 atau 1,04 persen, artinya saluran distribusi ini menguntungkan. Untuk pedagang pengecer distribusi margin keuntungan sebesar Rp. 5.067,00 atau 28,74 persen, sedangkan margin biaya yang dibayarkan oleh pedagang pengecer Rp 822,00 atau 4,22 persen, artinya saluran distribusi ini menguntungkan.

Pada table 3, menunjukkan nilai *farmer's share* merupakan bagian harga yang diterima peternak maupun yang dibayarkan oleh mata rantai. Rata-rata bagian harga yang diterima peternak sebesar Rp. 102.979,39 atau 85,31 persen per kg daging sapi sapi. Bagian keuntungan yang diterima peternak sapi sebesar Rp. 22.979,39 sedangkan bagian biaya yang dibayarkan pedagang sapi sebagai biaya

pakan Rp. 121,90 untuk setiap Kg daging sapi, tenaga kerja Rp. 246,03, biaya peralatan Rp. 1.927,51 dan biaya transportasi Rp. 1.538,62.

Hal ini akan mendorong setiap mata rantai pasok daging sapi untuk tetap melakukan pemotongan sapi dan mendorong peternak melakukan usaha ternak sapi secara baik dan benar, peran blantik yang sangat membantu peternak dalam memasarkan ternak sapi dan mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut, pedagang sapi hidup mendapatkan keuntungan dari usaha perdagangan sapi, pengusaha daging merupakan rantai pasok yang penting dalam mengusahakan daging sapi karena merupakan rantai pasok yang mengubah produk dari ternak sapi potong menjadi produk daging sapi yang siap dijual ke konsumen, pedagang daging sapi yang mendapatkan keuntungan dari perdagangan daging sapi serta pedagang pengecer untuk menjalankan fungsinya dalam mendistribusikan hasil pemotongan sapi. Bentuk kontribusi mata rantai berupa pembagian tugas mulai dari peternak yang melakukan budidaya, pedagang sapi yang mendistribusikan ternak sapi, pengusaha daging/ jagal yang melakukan pemotongan sapi dan menawarkan daging sapi, pedagang pengecer yang membantu proses pendistribusian *primary product* dan *side product*, serta konsumen potensial dan konsumen akhir yang melakukan permintaan produk. Adanya pembagian nilai yang adil sesuai kontribusi dan pemasaran yang efisien akan mendukung kinerja (*performance*) para pelaku dalam rantai pasok.

Hasil perhitungan *farmer's share* (85,31% > 14,69%), ini menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima peternak lebih tinggi jika dibandingkan dengan bagian harga yang diterima pedagang pengecer, sehingga peternak tidak dirugikan dari kegiatan distribusi sapi potong. Hal ini akan mendorong peternak untuk melakukan budidaya sapi dan mendorong pedagang untuk tetap melakukan fungsinya karena ada keuntungan yang diterima.

Menurut Azzaino (1991) bahwa suatu pemasaran dikatakan efisiensi jika *farmer's share* lebih besar dari margin pemasaran (FS > MP). Untuk menguji saluran pemasaran mana yang paling efisien dilakukan dengan membandingkan efisiensi saluran pemasaran tersebut. Makin tinggi persentase *farmer's share* terhadap margin pemasaran, maka makin efisiensi saluran pemasarannya.

Tabel 4. Analisis *Profitability Indeks* (PI) dan Efisiensi pemasaran pada Saluran Pemasaran Daging Sapi

Saluran Pemasaran	Keuntungan ()	Biaya (C)	PI (/C)	Efs (%)
1	11.719,40	5.911,60	1,98	4,92
2	12.475,63	5.155,37	2,42	4,29
3	12.519,88	5.111,12	2,45	4,25
4	13.276,11	4.354,89	3,05	3,62
5	12.541,40	5.089,60	2,46	4,24
6	12.730,18	4.900,82	2,60	4,08
7	13.552,18	4.078,82	3,32	3,39

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

Setiap kegiatan usaha ternak maupun pelaku pemasaran bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau setiap modal yang digunakan untuk usaha mempunyai harapan adanya penambahan nilai setiap modal yang diinvestasikan. Untuk mengetahui besarnya rasio keuntungan dan biaya pemasaran pada rantai pasok daging sapi di lihat pada tabel 4.

Analisis keuntungan terhadap biaya diterima oleh anggota rantai pasok adalah setiap biaya sebesar Rp. 1,00 yang dikeluarkan oleh pedagang sapi akan

menghasilkan keuntungan sebesar hasil perhitungan *Profitability index* (PI) unuk setiap saluran pemasaran, untuk setiap kilogram daging sapi yang dijual. Nilai PI diantara 7 (tujuh) macam model saluran pemasaran daging sapi di Kabupaten Mempawah, berdasarkan perbandingan nilai PI yang tertinggi adalah pada saluran 7 (tujuh) yang terdiri dari rantai pasok peternak-belantik-pedagang daging-pengusaha daging/ jagal-konsumen. Untuk setiap biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran daging sapi Rp. 1,00 akan menghasilkan keuntungan Rp. 3,32.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maupun pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Rantai pasok daging sapi di Kabupaten Mempawah memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Aliran produk mengalir dari peternak – belantik – pedagang sapi hidup – pengusaha daging/ jagal – pedagang daging sapi – pedagang pengecer hingga konsumen akhir daging sapi, aliran keuangan mengalir dari konsumen akhir daging sapi ke peternak sedangkan aliran informasi mengalir secara 2 arah dari peternak ke konsumen.
2. Secara umum kondisi rantai pasok daging sapi di Kabupaten Mempawah belum berjalan secara optimal karena belum direncanakan dan tidak terintegrasi aspek-aspek pendukung seperti produksi-distribusi dan konsumsi.
3. Ditinjau dari nilai efisiensi pemasaran maka rantai pasok daging sapi yang paling efisien adalah pola saluran yang terdiri dari peternak – belantik - pedagang sapi - pengusaha daging/ jagal – konsumen (saluran pemasaran 7) yang di indikasikan oleh margin pemasaran, *farmer's share* dan *profitability indeks* (PI).

Saran

Fenomena kenaikan dan lonjakan harga daging sapi yang disertai dengan kelangkaan stok daging sapi hal ini sering terjadi di Kabupaten Mempawah, diperlukan suatu rancangan program strategis dan sistematis, salah satu upaya manajemen rantai pasok (*supply chain management/ SCM*) dengan merencanakan, membangun dan mengintegrasikan aspek-aspek produksi-distribusi-konsumsi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pemetaan rantai pasok daging sapi di Kabupaten Mempawah, dengan mengidentifikasi para pelaku (pemasok/produsen, pelaku distribusi, pedagang/pengecer dan konsumen) termasuk wilayah dan aliran distribusinya.
2. Pembuatan basis data, yang mencakup pemasok/produsen (jumlah pemasok, jumlah sapi), pelaku distribusi (jenis dan jumlah pelaku), pedagang/pengecer (jumlah) dan konsumen (jumlah, segmen, tingkat konsumsi, wilayah).
3. Perencanaan rantai pasok, dilakukan untuk mengintegrasikan aspek produksi-distribusi-konsumsi yang terpisah, dengan adanya kerja sama jangka panjang diharapkan memberikan mamfaat bagi semua anggota rantai pasok sehingga menjadi efisien sehingga mendapatkan keuntungan yang proporsional.
4. Pengawasan/ pemantauan, dilakukan untuk mengantisipasi pihak-pihak yang mengambil keuntungan terutama pada proses distribusi dengan pencatatan

arus pengiriman sapi potong antar wilayah dan pencatatan jumlah sapi potong yang di angkut ketempat lain.

Koordinasi antar instansi Pemerintah Daerah, Pembangunan rantai pasok daging sapi diperlukan koordinasi antar Pemerintah Daerah dan Petugas Peternakan/ Pengawasan dengan mata rantai yang terlibat didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Zulkifli. 1991. *Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.*
- BPS, 2014. *Kabupaten Pontianak dalam Angka 2014.* BPS Kabupaten Pontianak.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Laporan Hasil Sensus Pertanian 2013 (Pencacahan Lengkap).* Badan Pusat Statistik. Jakarta
- .Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2012. *Road Map Diversifikasi Pangan 2011-2015.* Badan Ketahanan Pangan Kementrian Pertanian. Jakarta.
- Dinas Pertanian, Peternakan, Perikanan dan Kehutanan Kabupaten Pontianak, 2013. *Laporan Akhir Program dan Kegiatan Pembangunan Pertanian.* Mempawah.
- Daryanto, A. 2009. *Swasembada Daging Sapi di Indonesian: Kinerja, Kendala dan Strategi (Makalah) Rakornas Direktorat Jendral Peternakan,* 9 Desember 2009.
- Daniel M. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2010. *Pedoman Teknis Kegiatan Operasional PSDS 2014.* Direktorat Jendral Peternakan Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Hanafiah dan Saefuddin, 1986. *Tata Niaga Hasil Pertanian.* Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Nazir, M. 1989. *Metode Penelitian.* Penebit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Rasyid, H. 2000. *Metode Penelitian Kuantitatif.* STAIN. Pontianak.
- Saefuddin, AM. 1995. *Harga Margin Pemasaran.* Universitas Kelautan Bogor, Bogor
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi.* Jakarta: Rajawali.