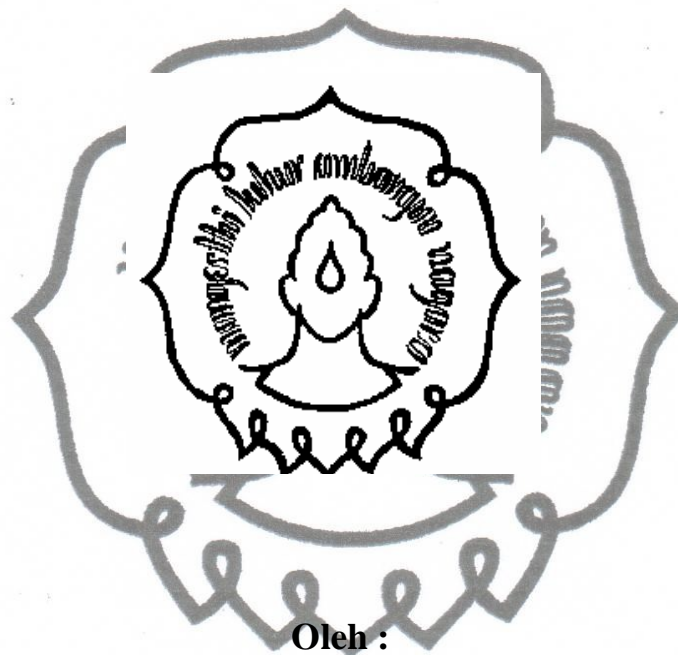


ANALISIS PEMASARAN DOMBA DI PETERNAKAN RAKYAT KECAMATAN SRUMBUNG KABUPATEN MAGELANG

SKRIPSI



**Oleh :
Sri Wulansih
H 0509064**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2013**

commit to user

**ANALISIS PEMASARN DOMBA DI PETERNAKAN RAKYAT
KECAMATAN SRUMBUNG KABUPATEN MAGELANG**

Skripsi

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh derajat Sarjana Peternakan
di Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret**

Jurusan/Program Studi Peternakan



**Oleh :
Sri Wulansih
H 0509064**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2013**

commit to user

**ANALISIS PEMASARAN DOMBA DI PETERNAKAN RAKYAT
KECAMATAN SRUMBUNG KABUPATEN MAGELANG**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh
SRI WULANSIH
H0509064**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 6 Mei 2013
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Ketua

**Shanti Erawati, S.Pt., MP
NIP. 19800903 200501 2 001**

Susunan Dewan Penguji

Anggota I

**Ayu Intan Sari, S.Pt., M.Sc
NIP. 198211032005 0 12 001**

Anggota II

**Ir. Suharto, M.S
NIP. 19520202 197903 1 003**

Surakarta, Mei 2013

**Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan,**



**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S
NIP. 19560225 198601 1 001**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Analisis Pemasaran Domba di Peternakan Rakyat Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ketua Jurusan/ Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu drh. Endang Tri Rahayu, M.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis sepanjang menempuh studi di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Shanti Emawati, S.Pt., MP selaku Dosen Pembimbing Utama dan dosen penguji yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, nasihat dan masukan yang sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi penelitian ini.
5. Ibu Ayu Intan Sari, S.Pt., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Pendamping dan dosen penguji yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, nasihat dan masukan yang sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi penelitian ini.
6. Bapak Ir. Suharto, M.S selaku dosen penguji yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, nasihat dan masukan yang sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staff Jurusan/Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta atas ilmu yang telah diberikan dan bantuannya selama masa perkuliahan penulis di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

commit to user

8. Pemerintah Daerah Kabupaten Magelang, Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang, Kantor Kecamatan Srumbung, Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Magelang, Kepala Desa Ngargosoko, Pandanretno, Srumbung, Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kecamatan Srumbung, Petugas Pasar Hewan Muntilan serta seluruh responden penelitian yang telah membantu penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi.
9. Kedua Orang Tua yang sangat penulis kasihi Bapak Prono Sugito dan Ibu Sumarni, terima kasih untuk kasih sayang, doa dan semangat yang senantiasa diberikan, serta terima kasih kepada Nugroho Puji Raharjo S. Pt yang senantiasa memberi support dan motivasi.
10. Sahabat-sahabat yang penulis kasihi (Mahasiswa Jurusan Peternakan Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2009) yang telah memberikan bantuan doa, motivasi dan kebersamaan kekeluargaan yang telah terjalin selama masa perkuliahan di Fakultas Pertanian.
11. Seluruh teman-teman penulis yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dari berbagai pihak demi perbaikan dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surakarta, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--------------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| RINGKASAN | xi |
| SUMMARY | xiv |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| A. Ternak Domba | 5 |
| B. Pemasaran | 5 |
| 1. Definisi Pemasaran..... | 5 |
| 2. Lembaga Pemasaran..... | 6 |
| 3. Saluran Pemasaran..... | 6 |
| 4. Biaya Pemasaran..... | 7 |
| 5. Keuntungan Pemasaran..... | 8 |
| 6. Margin Pemasaran | 8 |
| 7. Efisiensi Pemasaran..... | 9 |
| C. Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| III.MATERI DAN METODE | 14 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 14 |
| B. Desain Penelitian | 14 |

| | |
|--|-----------|
| C. Teknik Penentuan Sampel..... | 14 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 17 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 17 |
| F. Analisis Data | 18 |
| G. Batasan Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian | 20 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 24 |
| A. Keadaan Umum Daerah Penelitian | 24 |
| B. Profil Usaha Ternak Domba di Kecamatan Srumbung..... | 26 |
| C. Karakteristik Responden | 27 |
| D. Karakteristik Lembaga Pemasaran | 32 |
| E. Tugas dan Fungsi Lembaga Pemasaran | 35 |
| F. Saluran Pemasaran Domba di Kecamatan Srumbung..... | 37 |
| G. Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i> | 42 |
| H. Efisiensi Pemasaran Domba di Kecamatan Srumbung..... | 47 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN | 49 |
| A. Kesimpulan..... | 49 |
| B. Saran | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN | 54 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1 | Populasi domba di Kabupaten Magelang tahun 2011 | 15 |
| 2 | Populasi domba dan jumlah peternak domba di Kecamatan Srumbung tahun 2012..... | 16 |
| 3 | Pengambilan sampel peternak..... | 16 |
| 4 | Jumlah dan persentase responden berdasarkan kelompok umur | 28 |
| 5 | Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan..... | 29 |
| 6 | Jumlah dan persentase responden berdasarkan mata pencaharian | 30 |
| 7 | Jumlah dan persentase responden berdasarkan jumlah anggota keluarga . | 30 |
| 8 | Jumlah dan persentase responden berdasarkan pengalaman beternak domba..... | 31 |
| 9 | Karakteristik responden lembaga pemasaran domba di Kecamatan Srumbung..... | 33 |
| 10 | Fungsi-fungsi pemasaran pada lembaga pemasaran domba di Kecamatan Srumbung | 36 |
| 11 | Jenis saluran pemasaran dan jumlah peternak domba di Kecamatan Srumbung..... | 40 |
| 12 | Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan <i>farmer's share</i> pemasaran domba di Kecamatan Srumbung pada saluran pemasaran I | 42 |
| 13 | Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan <i>farmer's share</i> pemasaran domba di Kecamatan Srumbung pada saluran pemasaran II..... | 43 |
| 14 | Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan <i>farmer's share</i> pemasaran domba di Kecamatan Srumbung pada saluran pemasaran III..... | 44 |
| 15 | Rata-rata biaya, margin, keuntungan dan <i>farmer's share</i> pemasaran domba di Kecamatan Srumbung pada saluran pemasaran IV | 45 |
| 16 | Perbandingan total biaya, keuntungan, margin pemasaran dan <i>farmer's share</i> pada setiap lembaga pemasaran ternak domba di Kecamatan Srumbung..... | 47 |

commit to user

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1 | Skema kerangka pemikiran penelitian..... | 23 |
| 2 | Saluran pemasaran domba di Kecamatan Srumbung..... | 38 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1 | Identitas peternak domba di Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang..... | 55 |
| 2 | Tabel karakteristik identitas pedagang domba di Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang..... | 58 |
| 3 | Kegiatan pembelian dan penjualan oleh responden peternak domba di Kecamatan Srumbung..... | 59 |
| 4 | Kegiatan pembelian dan penjualan oleh responden peternak domba pada saluran I..... | 62 |
| 5 | Kegiatan pembelian dan penjualan oleh responden peternak domba pada saluran II..... | 62 |
| 6 | Kegiatan pembelian dan penjualan oleh responden peternak domba pada saluran III..... | 63 |
| 7 | Kegiatan pembelian dan penjualan oleh responden peternak domba pada saluran IV..... | 65 |
| 8 | Kegiatan pembelian dan biaya pemasaran oleh responden pedagang domba di Kecamatan Srumbung..... | 66 |
| 9 | Kegiatan penjualan oleh responden pedagang domba di Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang..... | 67 |
| 10 | Rincian rata-rata penjualan karkas dan hasil ikutan domba oleh pedagang pemotong..... | 68 |
| 11 | Foto penelitian analisis pemasaran domba di Kecamatan Srumbung..... | 69 |
| 12 | Foto Lokasi Penelitian..... | 70 |

ANALISIS PEMASARAN DOMBA DI PETERNAKAN RAKYAT KECAMATAN SRUMBUNG KABUPATEN MAGELANG

Sri Wulansih

H0509064

RINGKASAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya mengandalkan sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan utama. Diversifikasi usahatani dengan ternak domba merupakan salah satu upaya alternatif untuk meningkatkan pendapatan petani. Kecamatan Srumbung merupakan daerah pegunungan yang memiliki ketersediaan hijauan melimpah serta merupakan kecamatan yang memiliki populasi domba terbesar di Kabupaten Magelang sehingga berpotensi tinggi dalam pengembangan ternak domba. Pemasaran merupakan salah satu kunci dalam keberhasilan usaha ternak domba. Tidak tercapainya pemasaran yang efisien salah satunya ditunjukkan oleh rendahnya margin keuntungan yang diterima peternak, hal ini dapat dipandang sebagai indikator adanya permasalahan dalam segi pemasaran sehingga perlu adanya kejelasan identitas pemasaran seperti pola saluran, biaya, margin dan keuntungan pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil, pola, biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran domba di Kecamatan Srumbung. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif dan pelaksanaannya menggunakan metode survei. Lokasi penelitian diambil secara *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Srumbung memiliki populasi domba terbesar di Kabupaten Magelang (10.272 ekor). Penelitian ini mengambil 3 desa sebagai lokasi sampel penelitian yaitu Desa Ngargosoko, Pandanretno dan Srumbung berdasarkan jumlah peternak domba yang dikategorikan besar, sedang dan kecil. Sampel responden terdiri dari 60 peternak yang diambil secara *random sampling* dan sampel lembaga pemasaran diambil secara *purposive sampling*. Analisis data penelitian menggunakan analisis margin, analisis biaya, keuntungan dan *farmer's share*.

Keberadaan ternak domba di Kecamatan Srumbung merupakan bagian dari masyarakat terutama yang bermatapencaharian dari sektor pertanian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 83 % peternak domba di Kecamatan Srumbung memiliki pekerjaan utama sebagai petani maupun buruh tani. Tujuan utama pemeliharaan domba oleh peternak adalah sebagai usaha sampingan, tabungan dan menambah penghasilan dengan didukung oleh modal usaha yang ringan, tersedianya hijauan melimpah, pemeliharaannya tidak menyita banyak tempat dan waktu serta merupakan pengalaman turun temurun yang mudah diterapkan. Sistem usaha ternak domba di Kecamatan Srumbung ada 2 tipe yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan sistem individu.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 4 saluran pemasaran domba di Kecamatan Srumbung yaitu, saluran I : Peternak → Konsumen, saluran II : Peternak → Pedagang Pengumpul → Konsumen, saluran III : Peternak → Pedagang Pengumpul → Pasar Hewan → Konsumen dan saluran IV : Peternak → Pedagang Pengumpul → Pasar Hewan → Pedagang Pemotong → Konsumen. Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah saluran III yaitu sebanyak 42 peternak atau 69 %. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran IV yaitu Rp 129.000,00, sedangkan terendah pada saluran I yaitu Rp 0,00. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran IV yaitu Rp 527.000,00, sedangkan terendah pada saluran I yaitu Rp 0,00. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada saluran IV yaitu Rp 398.000,00, sedangkan terendah pada saluran I yaitu Rp 0,00. *Farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran I sebesar 100 %, diikuti saluran II sebesar 91 %, saluran III sebesar 88 % dan saluran IV sebesar 67 %. Keempat saluran pemasaran sudah efisien karena nilai *farmer's share* > 50 %.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran domba di Kecamatan Srumbung yang paling efisien adalah saluran I karena memiliki nilai *farmer's share* tertinggi (100 %) yaitu : Peternak → Konsumen, namun pada kenyataannya saluran yang paling banyak digunakan adalah saluran III yaitu : Peternak → Pedagang Pengumpul → Pasar Hewan → Konsumen. Peternak lebih menekankan pada alasan dan pertimbangan yang dianggap lebih menguntungkan dirinya antara lain kemudahan proses penjualan, jarak tempat

tinggal dengan pasar hewan cukup jauh, biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih sedikit, serta faktor kebiasaan dan kepercayaan oleh peternak terhadap pedagang pengumpul yang dianggap berperan besar dalam membantu kegiatan pemasaran domba peternak.

Kata kunci : Ternak domba, saluran pemasaran, biaya, margin, efisiensi pemasaran



ANALYSIS OF SHEEP MARKETING AT FARMER LEVEL IN SRUMBUNG SUB-DISTRICT MAGELANG REGENCY

Sri Wulansih

H0509064

SUMMARY

Indonesia is an agricultural country with most of its people relying on agricultural sector as their main livelihood. The diversification of cattle business with sheep cattle is one of the alternative efforts to increase the income of the farmers. Srumbung Sub-district is a mountainous area with an abundance of fodder as well as the subdistrict with the greatest population of sheep in Magelang Regency in such a way that it has high potential in the development of sheep cattle. Marketing is one of the keys in the success of sheep cattle business. Inefficient marketing is among others indicated by the low profit margin which is gained by the cattle breeders. This can be seen as an indicator to the problems in marketing in such a way that the clarity of such marketing identities as pattern, cost, margin and profit is needed.

The objective of this research was to investigate the profile, pattern, cost, margin, profit and efficiency of the sheep marketing in Srumbung Sub-district, Magelang Regency. It was conducted in August 2012. This research used the descriptive survey research method. Srumbung sub-district was purposively chosen as the location of the research as it had the largest sheep population in Magelang Regency (10,272 sheep). Three villages, those were Ngargosoko, Pandanretno and Srumbung villages, were taken in this research as the research samples on the basis of the number of sheep cattle breeders categorized as large, medium, and small scales. The samples of the research were 60 sheep farmers and they were taken by using the random sampling technique. The data of the research were analyzed by using margin, cost, profit and farmer's share analyses.

commit to user

The existence of sheep cattle in Srumbung subdistrict is part of the life of its people, particularly those who have livelihood from the agricultural sector. The results of this research are as follows: (1) 83% of the sheep breeders in Srumbung subdistrict mainly work as either farmers or farm workers; (2) the main goals of the cattle breeders to cultivate sheep are possession of side business, saving, and increase in income supported by such factors as minor capital, abundance of fodder, maintenance which does not consume space and time as well as easily applicable experience; (3) there are two types of business system of sheep cattle in Srumbung subdistrict, namely: Shared Business Group system (Kelompok Usaha Bersama/ KUBE) and individual system.

The result of the research showed that there were four sheep marketing channels, namely: Channel I: Farmers→Consumers, Channel II: Farmers→Sheep Traders→Consumers, Channel III: Farmers→Sheep Traders→Livestock Markets→Consumers and Channel IV: Farmers→Sheep Traders→Livestock Market→Meat Traders→Consumers. The highest cost was found in Channel IV that is Rp129,000.00, whereas the lowest was found in Channel I that is Rp0.00. The highest margin was found in Channel IV that is Rp527,000.00, whereas the lowest margin was found in Channel that is Rp0.00. The highest marketing profit is found in Channel IV that is Rp398,000.00 whereas the lowest marketing profit was found in Channel I that is Rp0.00. The highest farmer's share was found in Channel I that is 100 %. Then it was followed by Channel II (91%), Channel III (88%) and Channel IV (67%) respectively. The four marketing channels have been efficient as the values of the farmer's share were greater than 50 %.

The result of the research showed that the most efficient marketing channel was Channel I : Farmers→Consumers, but the one used at most was Channel III : Farmers→Sheep Traders→Livestock Markets→Consumers. The farmers prefer selling their sheep to the traders for the process were caused by simple and easy, the smaller marketing cost, habit factor and trust the traders. The cattle breeders emphasize the reasons and the consideration which are considered as more profitable, such as: the facility in the selling process and the trust of the

commit to user

cattle breeders in the traders who are regarded as those who have great role in assisting the cattle breeders to market their sheep cattle.

Keywords : sheep, marketing channels, cost, margin, marketing efficiency

