

**PERAN PASAR TERNAK DALAM PEMASARAN SAPI POTONG
(Studi Kasus Pasar Ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam Provinsi
Sumatera Barat)**

AQMIL KADIM, dibawah bimbingan
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS dan Ida Indrayani, S.Pt. Msi
Program Studi Peternakan Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: a) profil pasar ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam, b) untuk mengetahui lembaga yang terlibat dalam pasar ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam, dan c) untuk mengetahui peran pasar ternak dalam pemasaran sapi potong di Pasar Ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan Wawancara dan jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Variabel penelitian yaitu profil pasar ternak, lembaga yang terlibat di pasar ternak Lubuk Basung dan peran pasar ternak dalam pemasaran sapi potong. Hasil penelitian menunjukkan profil pasar ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam dilihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, berdasarkan kriteria Provinsi Sumatera Barat tergolong pasar ternak kategori C atau Tipe C, dimana masih ada beberapa sarana yang belum tersedia seperti hotel hewan, hotel pedagang, klinik konsultasi, sarana telekomunikasi, tempat lelang dan meeting room. Lembaga yang terlibat di pasar ternak Lubuk Basung yaitu Lembaga Formal dan Lembaga Informal. Lembaga informal terdiri dari peternak, pedagang besar dan pedagang pengumpul sedangkan lembaga formal terdiri dari Dinas Peternakan Kabupaten, Dinas Kesehatan Hewan, UPT Pasar Ternak Lubuk Basung dan Pemerintah Kabupaten Agam DPPKA-Bidang PAD. Peran pasar ternak sebagai fungsi transaksi merupakan sarana bagi peternak dan pedagang ternak untuk melakukan jual-beli ternak dengan sistem “barosok”, sedangkan peran pasar ternak sebagai fungsi fisik dan pelancar menunjukkan dengan sarana dan prasarana yang dimiliki pasar ternak dan informasi harga yang tersedia sangat menunjang kelancaran aktivitas jual-beli ternak.

Kata Kunci :Peran Pasar Ternak, Lembaga yang terlibat, Lubuk Basung

**The Market's Role in the Marketing Of Beef Cattle
(The Case Study Of The Cattle Market In Lubuk Basung Agam Regency
West Sumatera Barat)**

AQMIL KADIM, under the guidance of
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS and Ida Indrayani. S. Pt, M, Si
Program of Study Animal Science, Faculty of Animal Science
Andalas University, Padang 2016

ABSTRACT

The purposes of this research are to know profil of cattle market in Lubuk Basung Agam Regerency, to know agencies that involve in cattle market in Lubuk Basung Agam Regency, and to know the role of cattle market in marketing cattle market in Lubuk Basung Agm Regency. This research is case study. The data was taken through interview and kind's of data were primer and secondary. Research variable were profil cattle market, agencies that involve in cattle market in Lubuk Basung Agam Regenc. The result of this research was profil of cattle market in Lubuk Basung Agam Regency was seen from facilities and infrastructure that haven by cattle market, based on West Sumatera Category this cattle market in category C or type C, which there are communication facility, auction place, and meeting room. The agencies that involve in cattle market are formal agency anf informal agency. Informal agency consists of cattleman breeder, wholesalers, and trsders. Formal agency consists of regency animal husbandry departemant, departemant of animal health, UPT cattle matket Lubuk Basung Agam Regency, Agam Regency Govenment DPPA-BIDANG PAD. Thus, the role of cattle market as facilities for cattlemen breeder and merchant to buy and sell cattle with "barosok" system, and the role of cattle market as physic function as facilitating information with show facilities and infrastructure thar haven by cattle market and price information that is prepared is very important to help buy sell cattle.

Keywords: Market's Role, Agency Involve, Lubuk Basung