

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan peternakan di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan populasi ternak, meningkatkan produksi dan mutu hasil ternak agar dapat memenuhi permintaan pasar dan memperluas daerah pemasaran. Agar sistem pemasaran lebih efektif dan efisien bagi seorang peternak serta untuk mendapatkan informasi yang resmi tentang pemasaran ternak, maka pemerintah mengambil suatu tindakan dengan cara memperpendek saluran pemasaran dengan menyediakan fungsi fasilitas berupa pasar ternak.

Model pasar ternak (sapi dan ternak lainnya) di Indonesia pada umumnya masih dikategorikan sebagai pasar tradisional. Mengingat sistem pemasaran (transaksi jual beli) antara peternak sebagai pemilik ternak dan pedagang ternak atau pembeli masih secara tradisional. Sistem jual beli / penetapan harga tidak transparan, hanya berdasarkan penaksiran (*performance*) ternaknya bukan berdasarkan bobot badan yang diukur dengan timbangan/ alat ukur lainnya atau *performance* yang dinilai berdasarkan kualitas/kelas mutu (*grade*).

Keberadaan pedagang perantara di sisi lain sangat membantu peternak dalam memasarkan ternaknya dan memudahkan peternak mendapatkan uang tunai pada saat membutuhkannya. Posisi keberadaan pasar ternak menjadi penting, selain sebagai tempat transaksi jual-beli ternak yang sesuai dengan mekanisme pemasaran, juga sebagai akses para peternak dalam mendapatkan informasi harga jual ternak. Oleh karena itu, pasar ternak harus memiliki sarana dan prasarana yang memadai serta pengelolaan yang lebih terarah.

Propinsi Sumatera Barat memiliki 23 unit pasar ternak dengan empat pasar ternak kelas kategori regional dimana jumlah transaksi diatas 1000 ekor/bulan yaitu, pasar ternak Palangki di Kabupaten Sijunjung, pasar ternak Muaro Paneh di Kabupaten Solok, pasar ternak Kota Payakumbuh dan pasar ternak Cubadak di Kabupaten Tanah Datar. Empat pasar ternak yang masuk dalam kategori ini merupakan pasar ternak yang memberikan kontribusi terhadap pemasaran ternak di Sumatera Barat dengan transaksi 80.000 ekor/tahun atau 60% dari transaksi di Sumatera Barat. Sedangkan untuk pasar ternak yang lain masih dikategorikan sebagai pasar ternak kabupaten dan kecamatan, karena jumlah transaksi masih dibawah 1000 ekor/bulan (Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sumatera Barat, 2015).

Pasar ternak Kota Payakumbuh adalah salah satu pasar ternak yang terbesar di Sumatera Barat, berlokasi di Kelurahan Koto Panjang, Kecamatan Payakumbuh Timur, Kota Payakumbuh. Lahan yang dijadikan pasar ternak ini merupakan lahan milik pemerintah Kota Payakumbuh dengan luas 1,25 ha dan hari pasar adalah hari Minggu. Pasar ternak Kota Payakumbuh dikelola oleh struktur dari Dinas Perikanan dan Peternakan yang berbentuk UPTD Rumah Potong Hewan dan Pasar Ternak.

Pasar ternak Kota Payakumbuh merupakan tempat bertransaksi para pedagang – pedagang ternak sapi potong (pedagang ternak dan pedagang besar). Pedagang-pedagang tersebut berasal dari daerah-daerah atau kabupaten-kabupaten lain seperti Kabupaten 50 Kota, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Agam, Kota Bukittinggi maupun Kota Payakumbuh. Setiap pedagang membawa satu sampai

delapan ekor sapi dalam setiap minggu ke pasar ternak dengan menggunakan jasa mobil pengangkutan khusus ternak.

Pasar ternak Kota Payakumbuh merupakan salah satu sarana penting dalam menunjang pemasaran ternak terutama ternak sapi, kerbau, dan kambing. Dari jenis ternak yang dipasarkan di pasar ternak Kota Payakumbuh, ternak sapi merupakan ternak dengan jumlah terbanyak. Pada bulan Januari sampai bulan Agustus tahun 2016 jumlah sapi potong yang diperdagangkan sebanyak 7143 ekor. Dengan rata-rata perbulan sebanyak 892 ekor (UPTD Pasar Ternak Kota Payakumbuh), (Daftar transaksi ternak masuk terlampir di Lampiran 1).

Sistem transaksi jual-beli ternak di pasar ternak Kota Payakumbuh pada umumnya berlangsung secara tradisional “Barosok”, mekanisme penentuan harga masih ditentukan berdasarkan kepercayaan pihak tertentu, yang dalam hal ini dimaksud adalah para pedagang (pedagang ternak atau pedagang besar). Jual beli yang terjadi di pasar ternak ini hanya berdasarkan taksiran pedagang terhadap bobot badan ternak dan *performance* lainnya seperti warna bulu dan ciri khusus lainnya, bukan menggunakan timbangan ternak. Di sisi lain penggunaan timbangan dapat memberikan peluang kecurangan terhadap bobot badan ternak yang akan ditimbang karena pedagang memberi makan ternaknya terlebih dahulu sebelum ditimbang.

Di Kota Payakumbuh pemasaran sapi potong dikuasai oleh pedagang ternak, hal ini ditandai dengan mayoritas pelaku transaksi jual beli ternak adalah pedagang ternak yang sudah biasa melakukan jual beli ke pasar ternak Kota Payakumbuh (daftar nama pedagang terlampir di lampiran 2). Alasan kenapa peternak tidak dapat langsung membawa ternaknya ke pasar ternak adalah karena

keterbatasan informasi dan biaya pengangkutan. Salah satu fungsi pasar ternak sebagai informasi harga juga sulit diperoleh, dengan adanya sistem *barosok* pedagang tidak memberikan informasi berapa kisaran harga ternak yang ada dan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, sehingga berapa pendapatan sesungguhnya yang diperoleh pedagang akhirnya sulit diketahui.

Sedangkan biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang ternak adalah biaya pembelian ternak yang dibeli ke peternak dan biaya pengangkutan ternak ke pasar ternak serta pembayaran pajak retribusi ternak setelah di pasar ternak. Selama ini dalam pemasaran ternak sapi potong sering disebutkan bahwa pedagang ternak mengambil untung lebih besar, peternak dihadapkan dengan sistem pemasaran yang tidak menguntungkan, sesuai dengan penelitian Qadim (2016) bahwa dominasi keberadaan pedagang ternak dalam hal jual-beli ternak menjadikan peternak sebagai pihak yang memiliki keuntungan paling rendah dan posisi tawar peternak akan lebih buruk lagi apabila ada wilayah sentra produksi yang tidak memiliki pasar ternak.

Hal ini perlu dilakukan penelitian dengan menganalisis keuntungan yang diperoleh dengan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Keuntungan yang Diperoleh Pedagang ternak Sapi Potong yang Bertransaksi di Pasar Ternak Kota Payakumbuh”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem jual beli ternak di pasar ternak Kota Payakumbuh?

2. Berapa keuntungan yang diperoleh pedagang ternak Sapi Potong di Pasar Ternak Kota Payakumbuh?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk :

1. Mengetahui sistem jual beli ternak yang dilakukan di pasar ternak Kota Payakumbuh.
2. Mengetahui keuntungan yang diperoleh pedagang ternak Sapi Potong di Pasar Ternak Kota Payakumbuh.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi bagaimana peran pasar ternak dalam pemasaran sapi potong dan sistem jual beli ternak sapi potong di pasar ternak.
2. Memberikan informasi tentang informasi harga dan keuntungan yang diperoleh pedagang ternak dalam memasarkan sapi potong di pasar ternak.
3. Memberikan bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan mengenai pemasaran sapi potong bagi pemerintah.

