

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini peternakan sapi potong masih dalam bentuk skala rumah tangga dengan kepemilikan rata-rata 2-3 ekor sapi. Biasanya sapi potong banyak dibudidayakan di daerah perdesaan. Salah satu daerah yang membudidayakan sapi potong adalah Sumatera Barat. Di Sumatera Barat pengembangan sapi potong cukup penting, karena perilaku masyarakat Minangkabau yang cenderung lebih banyak mengkonsumsi daging sapi. Selain untuk dikonsumsi, daging sapi di Minangkabau juga ada pada acara adat.

Ternak adalah hewan yang dipelihara untuk diambil hasilnya. Hasil ternak tersebut dapat memenuhi sumber protein hewani yang bergizi tinggi bagi manusia (Gulam, 2008). Salah satu ternak yang dapat memenuhi kebutuhan gizi adalah ternak sapi. Di Sumatera Barat, ternak sapi banyak dibudidayakan dalam skala kecil. Biasanya ternak sapi dikembangkan pada daerah perdesaan, karena masyarakat perdesaan umumnya bekerja sebagai petani. Dengan usaha ternak sapi, peternak dapat memenuhi kebutuhan keluarga sekaligus meningkatkan pendapatan. Semakin besar pendapatan peternak, maka semakin banyak keuntungan yang di dapat peternak, akan tetapi keuntungan yang diperoleh oleh peternak juga dipengaruhi oleh sistem pemasaran. Pemasaran ternak yang baik sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang didapat peternak.

Pemasaran sapi potong biasanya melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran tersebut berperan sebagai penyalur jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu pemasaran akan mendapatkan keuntungan. Masing-masing lembaga pemasaran mendapatkan keuntungan yang berbeda-beda.

Apabila produsen dapat memilih saluran distribusi yang baik dan lembaga pemasaran dapat menjalankan tugasnya dengan baik, maka antara produsen dengan lembaga pemasaran yang terlibat tidak ada yang dirugikan. Hal itu dapat dilihat dari laba yang diterima oleh pelaku pasar. Pelaku pasar ini terdiri dari peternak serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produk tersebut.

Kabupaten Solok merupakan salah satu Kabupaten yang ada di wilayah Sumatera Barat dengan ibukotanya adalah Arosuka. Kabupaten ini cukup berpotensi dalam usaha ternak sapi. Populasi ternak sapi antar Kecamatan di Kabupaten Solok empat tahun terakhir memiliki perbedaan jumlah ternak yang cukup tinggi. Hanya terdapat satu kecamatan yang jumlah sapi terus bertambah setiap tahun, yaitu Kecamatan Lembang Jaya. Sampai tahun 2013 rata-rata populasi ternak sapi pada setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Solok menurun, dan setelah tahun 2014 terlihat kecenderungan meningkat, seperti yang ditampilkan pada lampiran 1.

Kecamatan Bukit Sundi merupakan Kecamatan yang ada di Kabupaten Solok yang memiliki potensi yang cukup besar untuk pemeliharaan ternak sapi. Hal ini

terlihat dari jumlah populasi ternak sapi yang dimiliki menempati urutan ke-4 terbanyak di Kabupaten Solok. Disamping itu, daerah ini memiliki sumber pakan dari hasil limbah pertanian dan sumber air yang cukup. Daerah ini juga memiliki transportasi yang menunjang untuk kegiatan pemasaran, serta terdapat pasar ternak Muaro Paneh yang cukup ramai dikunjungi pelaku pasar dari seluruh Sumatera Barat setiap minggunya. Pasar ternak ini beroperasi setiap hari Senin.

Banyaknya populasi ternak di Kecamatan Bukit Sundi dibuktikan dengan banyaknya RTP yaitu, 1755 orang. Pada Kecamatan ini rumah tangga peternak lebih banyak memelihara ternak sapi daripada ternak lainnya seperti yang ditampilkan pada lampiran 2. Kecamatan Bukit Sundi ini terdiri dari 5 Nagari yaitu, Nagari Muaro Paneh, Nagari Kinari, Nagari Parambahan, Nagari Dilam, dan Nagari Bukit Tandang. Setiap Rumah Tangga Peternak memiliki ternak yang berkisar 1-5 ekor sapi.

Kegiatan pemasaran ternak sapi di Kabupaten Solok menghadapi beberapa masalah, khususnya terhadap proses pembentukan harga. Pada umumnya peternak hanya sebagai penerima harga (*price taker*), padahal seharusnya peternak bertindak sebagai penentu harga (*price maker*), sesuai dengan biaya produksinya. Peternak selalu berada pada posisi tawar yang lemah, hal tersebut dimungkinkan karena penentuan harga berkaitan erat dengan urgensi kebutuhan uang tunai bagi peternak. Dengan demikian harga biasa dimainkan oleh pedagang perantara atau blantik desa, yang dikenal di Sumatera Barat dengan sebutan toke. Hal ini mencerminkan, pasar

ternak dalam kondisi yang diduga tidak efisien, karena perilaku pelaku yang menyimpang.

Pada kegiatan pemasaran ternak sapi di Kabupaten Solok, sering terjadi pertentangan kepentingan dan tujuan dari ketiga komponen. Komponen yang terlibat dalam pasar yaitu produsen, lembaga perantara dan konsumen. Produsen menghendaki harga jual yang tinggi, pedagang perantara menginginkan keuntungan yang tinggi, sedangkan konsumen ingin harga yang murah. Keseimbangan pasar akan dicapai bila ketiganya berada pada pasar yang efisien.

Pada rantai pemasaran, setiap lembaga pemasaran akan mendapatkan *profit*. Semakin panjang rantai pemasarannya, maka akan semakin banyak lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan dan konsumen akan mendapatkan harga yang tinggi. Oleh sebab itu diindikasikan pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi tidak efisien. Indikasi bahwa terjadinya ketidakefisien dalam pemasaran sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi menggambarkan *performance* dari pemasaran ternak sapi potong. Selanjutnya dalam proses pemasaran ternak sapi potong pada pasar ternak juga terjadi persaingan antar pedagang perantara. Salah satunya adalah persaingan dalam hal harga. Ini menggambarkan struktur dan tingkah laku dalam pemasaran. Dalam penetapan harga, struktur biasanya diukur dengan konsentrasi rasio. Perilaku dapat dilihat dari cara penentuan harga dan kerjasama. Kinerja dapat dilihat dari efisiensi pemasaran.

Salah satu pendekatan dalam permasalahan efisiensi pemasaran adalah dengan menggunakan pendekatan *Structure – Conduct – Performance* (SCP), dimana pendekatan ini mengkaji sistem pemasaran dari sudut struktur tingkah laku serta penampilan pasar. Dengan melakukan pendekatan SCP ini diharapkan permasalahan mengenai ketidakefisienan dalam pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok akan dapat dipecahkan. Dengan melakukan analisa terhadap struktur dan tingkah laku maka diharapkan akan diketahui keadaan pasar dan persaingan yang terjadi dalam pemasaran. Dengan melakukan analisa terhadap kinerja maka dapat diketahui hubungan antara suatu pasar dengan pasar lainnya serta keuntungan yang diterima oleh pelaku pasar. Bagaimana pola pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok mendorong peneliti untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “**Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Ternak Sapi Potong Di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok**”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dikemukakan yaitu :

1. Bagaimana struktur pasar yang ada pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok ?
2. Bagaimana perilaku pemasaran dalam sistem pemasaran pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok ?

3. Bagaimana kinerja pasar yang dilihat melalui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui struktur pasar yang ada pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok.
2. Untuk mengetahui perilaku pemasaran pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok.
3. Untuk mengetahui kinerja pasar yang dilihat melalui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran pada komoditas ternak sapi potong di Kecamatan Bukit Sundi Kabupaten Solok.

