

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran pada prinsipnya merupakan suatu kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar sampai ke konsumen. Hal ini tentunya juga berlaku untuk komoditas agribisnis, analisis pemasaran komoditas agribisnis seperti komoditas peternakan perlu dilakukan untuk mengetahui aliran komoditas peternakan mulai dari peternak (usaha ternak) sebagai produsen primer hingga produk sampai ke tangan konsumen.

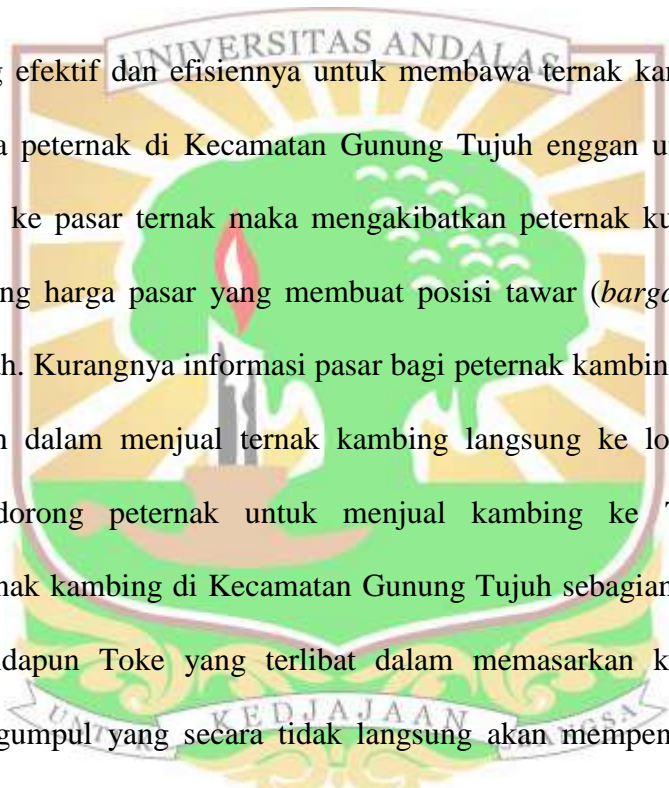
Pemasaran komoditas peternakan memiliki perbedaan tersendiri, salah satunya yaitu pemasaran ternak kambing yang dijual dalam keadaan masih hidup ke konsumen. Ternak kambing memiliki peranan penting bagi masyarakat yaitu untuk pemenuhan gizi asal hewani berupa daging dan juga berperan sebagai sumber pendapatan bagi peternak. Adanya ternak kambing tentunya diharapkan mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat melalui penjualan hasil ternak kambing yang bisa dijadikan sebagai pendapatan untuk peternak kambing. Ternak kambing merupakan salah satu jenis ternak cukup banyak ditanakan di Indonesia termasuk di Provinsi Jambi. Provinsi Jambi memiliki populasi ternak kambing 118.290 ekor yang tersebar merata di seluruh wilayah Kabupaten dan Kota di Provinsi Jambi yang populasi terbesarnya terdapat di Kabupaten Merangin, Tanjung Jabung Barat, Tanjung Jabung Timur, Kerinci, Tebo, Bungo, dan Sarolangun. Dari beberapa kabupaten dengan populasi ternak kambing terbesar, Kabupaten Kerinci memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan ternak kambing karena didukung oleh sumber daya yang ada.

Daerah Kabupaten Kerinci memiliki luas sebesar 335.527 Ha yang 12,6 % diantaranya dapat dimanfaatkan untuk kawasan untuk peternakan. Jumlah rumah tangga peternak (RTP) di Kabupaten Kerinci mencapai 9.363 Kepala Keluarga. Jenis ternak yang dipelihara di Kabupaten Kerinci yaitu ternak sapi, kerbau, kambing, domba yang tergolong ternak ruminansia, dan itik, ayam, puyuh yang tergolong ternak unggas (BPS Kerinci 2015). Salah satu bentuk dukungan pemerintah untuk pengembangan peternakan di Kabupaten Kerinci maka di buatlah pasar ternak yang terletak di Kecamatan Air Hangat. Adanya pasar ini diharapkan mampu untuk menunjang proses jual beli ternak namun belum sesuai dengan apa yang diharapkan karena pasar ternak ini belum terlalu banyak dikunjungi oleh masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli ternak. Hal ini terjadi karena susahnya akses dalam transportasi ternak serta jarak tempuh dari beberapa kecamatan sentra peternakan ke pasar ternak.

Berdasarkan jenis ternak ruminansia yang dipelihara di Kabupaten Kerinci Populasi ternak kambing memiliki populasi ternak tertinggi mencapai 11.583 ekor dibandingkan ternak ruminansia lainnya seperti sapi 12.732 ekor dan kerbau 4.788 ekor. Kecamatan yang merupakan sentra dalam pengembangan peternakan kambing dan populasi tinggi di Kabupaten Kerinci yaitu Kecamatan Gunung Tujuh 1.697 ekor, Air Hangat Barat 1.273 ekor, Kayu Aro 1.789 ekor, Kayu Aro Barat 1.989 ekor, Sitinjau Laut 2.065 ekor, Danau Kerinci 1.718 dan Depati VII 1.874 (Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Kerinci 2016).

Menurut informasi tenaga penyuluh lapangan Kecamatan Gunung Tujuh merupakan salah satu sentra pengembangan ternak kambing dengan jumlah Rumah Tangga Peternak (RTP) di Kecamatan Gunung Tujuh mencapai 557 KK

yang 38,2 % diantaranya adalah peternak kambing. Salah satu permasalahan yang dialami oleh peternak di Kecamatan Gunung Tujuh adalah jarak tempuh ke pasar ternak yang terlalu jauh yaitu 60 km. Jauhnya jarak dari Kecamatan Gunung Tujuh ke pasar ternak menyebabkan tingginya biaya transportasi selain itu menyebabkan peternak harus mengalokasikan waktu yang cukup lama untuk proses pemasaran ini sehingga ternak lainnya yang terdapat di kandang menjadi terabaikan.



Kurang efektif dan efisiennya untuk membawa ternak kambing ke pasar ternak sehingga peternak di Kecamatan Gunung Tujuh enggan untuk membawa ternak mereka ke pasar ternak maka mengakibatkan peternak kurang mendapat informasi tentang harga pasar yang membuat posisi tawar (*bargaining position*) peternak rendah. Kurangnya informasi pasar bagi peternak kambing di Kecamatan Gunung Tujuh dalam menjual ternak kambing langsung ke lokasi konsumen tersebut mendorong peternak untuk menjual kambing ke Toke sehingga Pemasaran ternak kambing di Kecamatan Gunung Tujuh sebagian besar dikuasai oleh Toke. Adapun Toke yang terlibat dalam memasarkan kambing seperti pedagang pengumpul yang secara tidak langsung akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran, saluran pemasaran yang tidak menguntungkan dan relatif panjang akan menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Pemasaran ternak kambing di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci mempunyai permasalahan yaitu perbedaan harga ditingkat peternak dan ditingkat konsumen yang terlalu jauh. Pada tingkat peternak harga rata-rata ternak kambing adalah Rp. 1.000.000/ekor sedangkan ketika sampai ke konsumen harga rata-rata ternak kambing Rp. 1.500.000/ekor. Berdasarkan pengamatan di

lapangan hal ini diduga terjadi karena adanya lembaga pemasaran yang mengambil keuntungan yang terlalu tinggi dan saluran pemasaran yang terlalu panjang. Daniel (2002) menyatakan bahwa semakin panjang rantai pemasaran maka semakin tinggi biaya, serta margin pemasaran.

Berhubungan dengan hal ini perlu dianalisis permasalahannya yang bertujuan untuk menciptakan sistem pemasaran yang menguntungkan baik peternak maupun pedagang perantara serta konsumen, sehingga perlu diketahui bagaimana saluran pemasarannya, besarnya margin pemasaran tiap saluran pemasaran, distribusi keuntungan tiap lembaga pemasaran, dan *farmer's share*.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci**” supaya dapat memberikan saran pada peternak kambing di Kabupaten Kerinci.

1.2.Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Siapa lembaga pemasaran tataniaga yang terlibat dalam saluran pemasaran ternak kambing dari peternak hingga sampai ke Konsumen ?
2. Bagaimana margin pada tiap-tiap saluran pemasaran ternak kambing ?
3. Bagaimana distribusi keuntungan masing-masing lembaga pemasaran ?
4. Bagaimana *farmer's share* pemasaran ternak kambing ?

1.3. Tujuan

Adapun beberapa tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui lembaga & saluran pemasaran ternak kambing di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran ternak kambing Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci.
3. Untuk mengetahui distribusi keuntungan pada setiap lembaga pemasaran Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci.
4. Untuk mengetahui *Farmer's Shares* ternak kambing Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci.

1.4. Manfaat

1. Bagi akademisi diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu pemasaran peternakan, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap pemasaran produk peternakan.
2. Bagi Peternak sebagai pertimbangan dalam menyusun rencana usaha dan strategi pemasaran ternak kambing yang lebih efektif dan efisien
3. Bagi pemerintah sebagai bahan informasi dan masukan dalam menentukan kebijakan khususnya pada pemasaran ternak kambing.