

## **ANALISIS KELEMBAGAAN PASAR DAN FINANSIAL USAHA TERNAK SAPI POTONG DI KABUPATEN LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT**

### ***Analysis of Financial and Market Institution of Beef Cattle Farming in Lombok Regency Nusa Tenggara Barat***

**Chairul Muslim**

Staf Peneliti Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian  
Bogor

#### **ABSTRACT**

*During 1997-2001 population of beef cattle farming in Nusa Tenggara Barat (NTB) has decreased 8.8% annually. It was because the number of beef cattle farming was not proportional with the number of its trading. On the other hand the trade of good quality of breeding cattle outer NTB make the population of beef cattle farming decreased.*

*The purpose of this paper to analysis institution market, the role of beef cattle farming on financial aspect and effect of social economics farmer. Base on secunder and primer data this research showed that to increase population of beef cattle farming, industry development in the future in needed. Its mean that goverment must improve previos methode by make any kind policy and progamme that can support farmer and another market agent. Furthermore the policy should be abble to keep national cattle resources and to reduce dependently on import in NTB.*

*Keywords: beef cattle farming, market institusion, goverment policy.*

#### **PENDAHULUAN**

Heibroner (1982) mengemukakan bahwa pasar merupakan kelembagaan yang tujuan dan cara kerjanya jelas, tujuan pokoknya adalah mencari laba. Karena itu, seluruh unit-unitnya berfungsi melakukan efisiensi secara maksimum, agar aturan kerjanya tercapai yaitu memaksimalkan laba. Pendapat ini juga didukung oleh Rex (1985), bahwa pasar merupakan interaksi bersusun yang kompleks yang meliputi penawaran, pertukaran, dan persaingan.

Profitabilitas usaha peternakan sapi sangat tergantung pada kemampuan memasarkan, yang salah satu faktor pelancarnya adalah pembangunan pertanian yaitu sistem pemasaran yang efisien (Mosher, 1987). Sedangkan faktor terlemah dalam pembangunan pertanian di Indonesia adalah sistem Pemasaran (Mubyarto, 1989). Di negara berkembang sistem pemasaran hasil-hasil pertanian sering dikatakan bersifat monopolistik dan eksploitatif (Krishnaswamy, 1975).

Limbong dan Sitorus, 1987 mengemukakan juga bahwa sistem pemasaran menyangkut proses penyampaian produk yang dihasilkan produsen ke tangan konsumen, dalam proses ini banyak individu atau lembaga yang bekerja diantara satu dan lainnya saling ketergantungan.

Sistem Pemasaran yang efisien, apabila dikatakan dapat memberikan suatu balas jasa yang seimbang kepada semua pelaku pemasaran yang terlibat, umpamanya peternak sapi sebagai produsen, pedagang Perantara dan konsumen akhir (Azzaino, 1981). Gejala rendahnya harga yang diterima peternak sapi sebagai produsen adalah erat kaitannya dengan keadaan pasar yang kurang efisien yang ditunjukkan dengan gejala terlalu besarnya margin pemasaran dan struktur pasar yang bersaing kurang sempurna (Azzaino, 1981).

Peternakan Sapi memegang peranan penting dalam perekonomian daerah NTB. Terlihat dari meningkatnya permintaan daging akhir-akhir ini, yang disebabkan antara lain oleh bertambahnya jumlah penduduk dan daya beli masyarakat, sehingga prospek peningkatan usaha peternakan sapi di NTB cukup cerah.

Aspek pemasaran hasil pertanian di NTB cukup dinamis dan merupakan faktor pendorong bagi peningkatan produksi, kualitas, kontinuitas dan penerapan teknologi. Namun permasalahan yang sering dihadapi petani/peternak umumnya adalah fluktuasi harga yang disebabkan kelebihan produksi didaerah-daerah lain di luar NTB serta lemahnya peranan kelembagaan ekonomi masyarakat dalam pemasaran hasil.

Subsektor peternakan khususnya sapi potong memegang peranan dalam memicu pembangunan daerah, serta dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Akibatnya permintaan sapi potong maupun sapi bibit di NTB beberapa tahun terakhir ini sangat tinggi, baik untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun kebutuhan propinsi lain.

Dari sisi populasi ternak sapi di NTB menurut Talib *et.al*, (2003) populasi ternak sapi di NTB dari tahun 1997- tahun 2001 turun sekitar 8,8% pertahun, sehingga tidak seimbang dengan laju pemotongan ternak dan sapi yang diperdagangkan antara pulau. Pada periode yang sama (1997-2002) telah berlangsung pengeluaran ternak sapi bibit yang berkualitas baik dari NTB, sementara jumlah pemotongan ternak sapi betina produktif juga meningkat. Dampaknya pengeluaran dan pemotongan ternak sapi betina yang produktif merupakan ancaman serius terhadap perkembangan populasi ternak sapi Bali di NTB, yang sekaligus menjadi ancaman terhadap kondisi sosial ekonomi sebagian besar peternak di NTB.

Berdasarkan latar belakang, tulisan ini bertujuan mengkaji berbagai kelembagaan pasar ternak sapi potong yang ada di NTB serta sejauh mana peranan usaha ternak terhadap sosial ekonomi peternak.

## **METODA PENELITIAN**

Lokasi kegiatan penelitian di NTB terletak di dua kabupaten yaitu Kabupaten Lombok Barat dan dan Lombok Tengah, kedua lokasi tersebut merupakan sentra produksi padi sawah dan ternak sapi.

Pengumpulan data primer dikumpulkan dari responden peternak, pedagang sapi (blantik, jagal, pedagang daging, pedagang antar pulau, RPH, pasar hewan, lembaga keuangan dan instansi terkait) Data primer diperoleh melalui pengamatan, dan wawancara langsung dengan responden.

Sedangkan untuk data sekunder dan informasi lain yang terkait mengenai perkembangan Pembangunan peternakan dengan peraturan dan pemasaran sapi dikumpulkan dari berbagai instansi terkait ditingkat kabupaten dan propinsi. Data yang terkumpul termasuk saluran dan margin pemasaran ternak sapi potong ditabulasi dan dianalisis secara kualitatif dan deskriptif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **PASAR SEBAGAI LEMBAGA PENDORONG PENERAPAN TEKNOLOGI TERNAK SAPI**

Salah satu fungsi Kelembagaan pasar yaitu dapat berfungsi sebagai penggerak atau pendorong penerapan teknologi termasuk sistem usahatani tanaman-ternak, dengan demikian akan tercipta kelembagaan yang kondusif serta memacu pengembangan sistem usahatani terpadu, dan ini merupakan langkah strategis untuk memperbaiki kondisi sosial ekonomi peternak sekaligus menunjang penerapan sistem penerapan teknologi ternak sapi. Kelembagaan pasar yang kondusif tersebut dengan teknologi budidaya yang diterapkan akan lebih cepat diadopsi bila lembaga pemasaran telah siap memberikan penghargaan yang seimbang dengan besarnya korbanan yang dikeluarkan.

Menurut Barnes dan Redfield (1982), Plattner (1989), Sanderson (1993) dan Nugroho (2001), pasar adalah kelembagaan sosial yang terorganisasi dimana penjual dan pembeli bertemu untuk bertransaksi produk pertanian yang pada kesempatan itu terjadi pula interaksi sosial. Sisi lain seperti pasar juga dipandang sebagai pranata yang meliputi kelompok, yang menyediakan dan membutuhkan atau kedua-duanya (Polangi dalam Evert, 1988).

Perkembangan pasar saat ini berperilaku timbal balik dan dipandang lebih relevan dari sudut sosial, karena fungsi pasar setara dengan organisasi sosial lainnya. Dari sudut ekonomi, perilaku timbal balik akan terwujud dengan menggunakan alat tukar dalam bertransaksi. Maka penataan lingkungan hidup masyarakat melalui pendekatan pasar dengan perilaku timbal balik yang adil tersebut akan menghasilkan lembaga-lembaga ekonomi masyarakat pedesaan yang kondusif, seperti koperasi tani, kelompok usaha bersama dan sejenisnya.

Seiring dengan modernisasi di sektor pertanian, perkembangan berbagai kelembagaan, baik yang dibentuk atas dasar inisiatif masyarakat dan anjuran dari pihak luar, maupun yang dibentuk oleh pemerintah daerah mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk membangun perekonomian masyarakat pedesaan ke arah yang lebih baik. Kelembagaan dapat juga mempengaruhi arah dan laju perkembangan teknologi yang hubungannya bersifat kompleks. Interaksi keduanya dapat menciptakan kelembagaan baru. (Rachmat et al., 2000).

Berkembangnya kelembagaan dan teknologi dipedesaan merupakan jawaban terhadap tuntutan sosial ekonomi masyarakat saat ini. Menurut Ruttan dan Hayami (1984) dalam Rachmat et al, (2000), terjadinya kelangkaan suatu sumber daya lahan dalam menunjang sumberdaya lainnya akan merangsang masyarakat untuk menciptakan teknologi yang adaptif terhadap keadaan tersebut. Jadi kelembagaan pasar dapat berfungsi sebagai penggerak atau pendorong penerapan teknologi sistem budidaya ternak dengan tanaman.

#### **USAHA TERNAK SAPI POTONG TERHADAP PERKEMBANGAN SOSIAL EKONOMI PETANI/ PETERNAK**

Umumnya usaha ternak sapi di Lombok mempunyai tiga fungsi, yaitu fungsi produksi (daging, susu, abon, dan kulit), fungsi ekonomi, dan fungsi sosial. Produksi, penggunaan teknologi, sistem pemasaran, kelembagaan masyarakat peternak dan kelembagaan pemasaran merupakan unsur-unsur penting yang dapat menggerakkan ekonomi masyarakat pedesaan.

Terbatasnya sumberdaya lahan yang dikuasai peternak sapi di NTB, khususnya di kabupaten Lombok, merupakan faktor pendorong untuk memelihara ternak sapi sebagai sumber pendapatan tambahan. Tidak semua peternak sapi dalam memelihara sapi bertujuan orientasi pasar, hanya pada musim-musim tertentu saja, seperti adanya kebutuhan mendesak (biaya pendidikan, biaya usahatani, dan sebagainya), hari raya dan kegiatan keagamaan maupun upacara adat. Saat itu akan terjadi peningkatan harga sapi yang cukup tinggi, hal semacam ini mendorong peternak untuk menjual sapinya

Dalam menjual sapi tersebut nampaknya akan lebih menguntungkan jika sapi yang dipelihara dengan sistem penggemukan dibanding sapi yang dibibitkan. Mengutip hasil penelitian Yohannes., G., Bulu et al (2003) bahwa sistem penggemukan sapi potong dominan pada agroekosistem sawah irigasi (kabupaten Lombok Barat), karena lebih menguntungkan bila dibandingkan dengan usaha pembibitan. Sebaliknya, usaha pembibitan ternak sapi lebih menguntungkan pada agroekosistem sawah tadah hujan (kabupaten Lombok Tengah), bila dibandingkan dengan usaha penggemukan sapi potong.

Tetapi bila dilihat secara ekonomis, dari hasil penelitian Yumichad, Yusdja et al, 2004, di NTB. Bahwa usaha pembibitan ternak sapi seperti biaya pembelian

sapi bakalan sekitar 80% dari biaya total, yang memperlihatkan bahwa harga sapi bakalan merupakan instrumen yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan ternak. Sedangkan usaha penggemukan sapi potong sudah mulai menurun pamornya sebagai usaha yang menguntungkan, hal ini ada kemungkinan harga yang kurang menarik bagi peternak, serta makin derasnya masuknya daging impor secara ilegal.

#### KERAGAAN PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG

Sebagian besar peternak sapi di kabupaten Lombok menganggap ternak sapi sebagai tabungan hidup dan sebagai sumber pendapatan. Pedagang sapi yang memperjual belikan ternak sapi tidak sulit mendapatkan ternak sapi, karena hampir setiap rumah tangga petani memelihara ternak sapi minimal satu ekor. Ternak sapi diperjual belikan dalam bentuk: 1) ternak sapi potong untuk konsumsi lokal, 2) ternak sapi potong untuk perdagangan antar pulau. dan 3) ternak sapi bibit untuk memenuhi permintaan sapi bibit dari propinsi lain di Indonesia.

Sebelum membahas perkembangan pasar ternak sapi lebih lanjut, terlebih dahulu melihat bagaimana perkembangan populasi ternak sapi serta pengeluaran sapi keberbagai daerah. Populasi ternak sapi di NTB selama kurun waktu 1997-2003 cenderung menurun. Penurunan populasi ternak (Tabel 1), disebabkan oleh permintaan ternak yang semakin meningkat, serta tidak diimbangi dengan meningkatnya populasi ternak. Keterbatasan modal usaha dan faktor sosial keamanan seperti kerawan dari pencurian adalah faktor sosial yang dapat menurunkan motivasi petani untuk memelihara ternak sapi lebih dari dua ekor per rumah tangga.

**Tabel 1. Populasi ternak sapi, pengeluaran sapi potong dan sapi bibit dan Pemoangan ternak sapi di propinsi NTB periode 1997-2003**

| Tahun | Populasi<br>(ekor) | Pengeluaran ternak sapi<br>(ekor) |            | Jumlah pemoangan<br>(ekor) |
|-------|--------------------|-----------------------------------|------------|----------------------------|
|       |                    | Sapi potong                       | Sapi Bibit |                            |
| 1997  | 471.847            | 20.336                            | 1600       | 32366                      |
| 1998  | 429.847            | 22.705                            | 60         | 33845                      |
| 1999  | 374.970            | 27.143                            | 3586       | 42748                      |
| 2000  | 376.526            | 20.608                            | 616        | 40723                      |
| 2001  | 395.751            | 15.675                            | 736        | 34321                      |
| 2002  | 409.666            |                                   |            |                            |
| 2003  | 415.077            |                                   |            |                            |

Sumber : BPS, NTB

Dari sisi jumlah pengeluaran ternak sapi potong, sapi bibit dan jumlah pemoangan ternak sapi, cenderung meningkat setiap tahunnya, hal ini memberikan gambaran bahwa usaha ternak sapi di NTB mempunyai peluang

pasar yang cukup besar. Sehingga dapat merangsang peternak untuk memelihara sapi lebih intensif lagi, agar peningkatan pendapatan rumah tangga meningkat.

Sisi lain, pasar hewan sudah berkembang dan tersebar di beberapa tempat di kabupaten Lombok. Pasar tersebut berfungsi sebagai tempat penampungan ternak sapi sebelum diantarpulaukan dan karantina, dan telah dimanfaatkan berbagai pelaku perdagangan seperti pedagang antarpulau. Namun, permasalahan utama bagi pelaku perdagangan adalah sangat mendominasinya makelar dalam transaksi jual-beli ternak sapi di pasar hewan, dan tentunya akan menghilangkan peranan peternak dan pembeli lainnya untuk terlibat secara langsung dalam proses pemasaran.

Umumnya sebagian besar peternak sapi menjual sapi mereka melalui Blantik yang datang kerumahnya. Penjualan ternak sapi di rumah melalui blantik, bertujuan untuk menghemat biaya transportasi. Semua biaya, seperti biaya mutasi ternak ditanggung oleh pembeli, dan hanya sebagian kecil saja petani yang menjual langsung ke pasar maupun kepedagang. Umumnya peternak semacam ini yang telah mempunyai jaringan kerja sama dengan pelaku pasar (makelar) dan pedagang antarpulau. Tetapi lebih dari separuhnya peternak menyatakan bahwa penjualan melalui Blantik adalah yang terbaik. Preferensi untuk menjual ternak sapi melalui Blantik, dilandasi oleh beberapa alasan, yaitu (1) petani belum memiliki akses ke pasar, (2) lokasi pasar cukup jauh, (3) banyaknya persyaratan administrasi dan biaya yang harus dikeluarkan oleh petani jika menjual ke pasar, (4) menjual melalui blantik dianggap praktis dan cepat karena tidak mengeluarkan biaya apapun dan (5) pembayaran tunai, hanya sebagian kecil yang dibayar dengan uang muka atau dibayar dibelakang dengan jangka waktu paling lama satu minggu.

Pembayaran dengan uang muka dan bayar di belakang biasanya berlaku kalau kedua belah pihak sudah mempunyai hubungan baik, atau yang mempunyai hubungan kekrabatan seperti keluarga atau tetangga dekat. Pola pembayaran seperti ini biasa terjadi di lingkungan masyarakat desa yang mengandalkan kepercayaan antar individu.

Blantik adalah orang kaya yang berpengaruh dan disegani didesa, dan biasanya menjadi tumpuan harapan bagi petani kecil untuk mengatasi kesulitan. Untuk itulah keberadaan Blantik masih diperlukan oleh peternak sapi antara lain karena proses pemasaran menjadi lancar, harga yang diterima wajar, dan mempercepat laku ternak sapi. Tetapi ada beberapa peternak yang tidak memerlukan Blantik karena dianggap menghambat proses pemasaran yang normal, mempermainkan harga, dan membeli dengan harga murah.

Sistem pemasaran melalui Blantik sudah berjalan secara turun temurun sehingga peternak menyatakan tidak ada perkembangan baru dalam sistem, karena sistem tersebut dinyatakan cukup baik dan cukup lancar. Yang menarik pernyataan dari peternak, bahwa mereka tidak tahu bahwa fungsi dan peranan

kelembagaan pemasaran yang ada saat ini sangat kecil. Hal ini boleh jadi karena peternak merasa tidak ada masalah dengan sistem pemasaran melalui blantik selama ini. Namun demikian cukup banyak pula peternak yang menyatakan beberapa kekurangan sistem pemasaran melalui blantik dan tengkulak, terutama kalau mereka bekerjasama agar tidak ada persaingan harga. Kenyataan ini menunjukkan bahwa peraturan tentang pemasaran ternak belum memihak kepeternak, atau aturan yang sudah memihak ke peternak belum dijalankan dengan baik oleh petugas pemerintah yang terkait. Untuk itulah harapan peternak agar pemerintah memperhatikan masalah pemasaran ternak sapi secara lebih serius, dan terlaksana dengan baik, agar harga yang diterima ada peningkatan serta pentingnya informasi pasar dbagi peternak.

Saat ini untuk para peternak mendapatkan sumber informasi harga jual-beli biasanya peternak menyaksikan proses tawar menawar dari blantik yang membeli sapi di tetangganya atau mereka mensurvei harga sapi di pasar-pasar ternak di kabupaten Lombok. Dengan demikian sampai kapan pun jika pemerintah (dalam hal ini dinas terkait) tidak atau kurang memperhatikan mekanisme informasi pasar, tetap saja peternak selalu lemah dalam posisi adu tawar dengan para pedagang.

#### **ANALISIS KELAYAKAN USAHA SAPI POTONG DI KABUPATEN LOMBOK**

Analisis efisiensi usaha penggemukan sapi pada tingkat mikro dilakukan untuk membandingkan kelayakan investasi dalam kurun waktu 5 tahun. Pada skala usaha sapi potong analisis finansial perlu untuk melihat efisiensi ekonomi baik untuk tujuan produksi daging atau tujuan pembibitan. Hal ini dilakukan untuk usaha penggemukan maupun pembibitan, baik menggunakan sapi bakalan domestik atau sapi bakalan impor. Umumnya biaya pembelian sapi bakalan sekitar 80 persen dari biaya total, dan terlihat bahwa harga sapi bakalan merupakan instrumen yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan ternak. Alat analisis B/C ratio adalah rasio penerimaan dan biaya. Penerimaan mencakup hasil penjualan produksi usaha selama kurun waktu analisis, sedangkan biaya mencakup pengeluaran untuk biaya modal, biaya operasional dan pengeluaran lainnya yang harus dimasukkan dalam arus kas (cash flow). Keputusan yang diambil jiuaka B/C ratio lebih besar dari 1, memperlihatkan usaha tersebut layak secara ekonomis atau efisien dalam penggunaan investasi. Semakin besar nilai B/C ratio dari 1, maka semakin efisien usaha tersebut. Dari tabel tesebut terlihat bahwa usaha pembibitan sapi potong masih lebih menguntungkan dibanding usaha penggemukan di NTB yakni dengan B/C ratio 1,27 (pembibitan sapi potong) dan B/C 1,15 (usaha penggemukan sapi potong), tetapi hal semacam dinilai tetap kurang memberikan insentif bagi peternak, seperti terlihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Analisis Finansial Usaha Penggemukan dan Pembibitan Sapi potong di NTB tahun 2004**

| No | Uraian                        | Pembibitan Sapi<br>(Rp.000) | Penggemukan Sapi<br>(Rp.000) |
|----|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 1. | Penerimaan Usaha              | 9.265,09                    | 14.567,03                    |
|    | 1. a. Nilai tambah ternak     | 6.112,59                    | 4.065,50                     |
|    | b. Nilai jual ternak          | 3.000,00                    | 10.381,91                    |
|    | 2. Nilai pupuk kandang        | 152,50                      | 119,63                       |
| 2. | Biaya Usaha :                 | 7.301,06                    | 12.486,80                    |
|    | 1. Pengadaan bibit/bakalan    | 5.012,50                    | 11.164,67                    |
|    | 2. Biaya pemeliharaan:        |                             |                              |
|    | a. Biaya pakan                | 391,18                      | 226,34                       |
|    | b. Tenaga Kerja keluarga      | -                           | 90,00                        |
|    | c. Tenaga Kerja Luar keluarga | 1.500,00                    | -                            |
|    | 3. Transportasi               | 45,00                       | 60,00                        |
|    | 4. Biaya penyusutan/thn:      |                             |                              |
|    | a. Kandang                    | 65,39                       | 131,90                       |
|    | b. Peralatan                  | 155,38                      | 178,15                       |
|    | 5. Sewa lahan/tahun           | 39,17                       | 5,00                         |
|    | 6. Biaya lain-lain            | 92,44                       | 610,75                       |
|    | Pendapatan Usaha              |                             | 2.080,23                     |
|    |                               | 1.964,03                    |                              |
|    | B/C Rasio                     | 1,27                        | 1,15                         |

Sumber : data primer diolah

Komponen biaya terbesar dalam usaha pembibitan sapi potong selain pengadaan bibit terletak pada biaya tenaga kerja luar keluarga yakni sebesar Rp 1.500.000,00 selama satu periode (antara 8-9 bulan). Dengan demikian penerimaan usaha yang diperoleh sebesar Rp. 9.270.000,00. Sedangkan dalam usaha penggemukkan sapi potong di NTB, biaya tertinggi yang dikeluarkan selama pemeliharaan antara 4-5 bulan terletak pada jenis pengeluaran biaya pakan yakni sekitar Rp.226.000,00, sehingga akan diperoleh penerimaan usaha sekitar Rp.14.500.000,00. Dengan demikian hasil bersih yang diperoleh sebesar Rp. 2.800.000,00.



### **ANALISIS USAHA PENGGEMUKAN SAPI POTONG MODEL KEMITRAAN (POLA BAGI HASIL) KASUS DI KABUPATEN LOMBOK BARAT**

Pola usaha kegiatan kemitraan dalam usaha ternak sapi potong di kabupaten Lombok Barat tampaknya belum pernah dilakukan di wilayah ini, disamping iklim bisnis sapi hidup yang kurang kondusif, dan menyebabkan para investor masih enggan bergerak dibidang pengembangan ternak sapi potong di wilayah ini. Pada periode 2002/2003 dalam hal ini pemerintah pusat (Departemen Koperasi) mencoba mengembangkan usaha penggemukan sapi potong asal Australia bekerja sama dengan KUD setempat dalam pelaksanaannya telah dicoba menggemukan 600 ekor sapi dengan sistem bagi hasil yang dikelola oleh para anggota KUD tersebut. Namun hal tersebut tidak dapat berlangsung lama, karena kesulitan pengadaan sapi bakalan dari Australia, dan menurut rencana dilanjutkan dengan penggemukan sapi lokal.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan daging bagi konsumen lokal, wilayah kabupaten Lombok Barat telah memiliki 5 rumah potong hewan (RPH) setingkat kelas C. Yang masing-masing RPH tersebut menyebar di lima daerah yakni di kecamatan Lembar mewakili daerah Lombok Barat bagian selatan, daerah Kediri mewakili wilayah Lombok Barat bagian tengah dan kota. Sementara lainnya berdomisili didaerah Lingsar, Gunung Sari dan daerah Tanjung. Untuk RPH yang setara kelas A baru selesai dibangun yang berdomisili di Banyumulek, sebenarnya lokasi itu termasuk dikawasan daerah kabupaten Lombok Barat.

Namun dalam pelaksanaannya RPH tersebut langsung ditangani oleh Dinas Peternakan Propinsi. RPH Banyumulek tersebut mempunyai kapasitas terpasang 60 ekor sapi pemotongan perhari, sampai saat ini rata-rata baru 15 ekor perhari. Rendahnya kapasitas pemotongan tersebut disebabkan karena RPH lebih terfokus pada pemenuhan permintaan daging sapi di Jakarta dan kota besar lainnya dan harus ditangani secara profesional. Mengingat daging hasil pemotongan dari RPH Banyumulek umumnya untuk memenuhi segmen pasar khususnya seperti Supermarket di kota besar.

Lebih lanjut bahwa pola kemitraan dengan sistem bagi hasil dalam usaha penggemukan dan pembibitan usaha ternak di NTB, nampaknya belum cukup baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Karena akan terdesak semakin tingginya permintaan daging untuk keperluan ekspor. Jadi perlu diperbaiki sistem pada pola bagi hasil ini, baik dari segi teknis maupun dari instansi terkaitnya. Sebagai kasus pola kemitraan bagi hasil yang ada di NTB, terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Analisis Usaha Bagi Hasil penggemukan dan Pembibitan ternak sapi di NTB, tahun 2003**

| No | Uraian                     | Pembibitan Sapi<br>(Rp.000) | Penggemukan Sapi<br>(Rp.000) |
|----|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 1  | Penerimaan Usaha           | 13.851,07                   | 9.685,00                     |
|    | 1. a. Nilai tambah ternak  | 4.309,00                    | 3.435,00                     |
|    | b. Nilai jual ternak       | 9.409,32                    | 6.250,00                     |
|    | 2. Nilai pupuk kandang     | 132,75                      | -                            |
| 2  | Biaya Usaha :              | 10.715,87                   | 4.964,00                     |
|    | 1. Pengadaan bibit/bakalan | 9.800,00                    | 4.250,00                     |
|    | 2. Biaya pakan             | 329,50                      | 150,00                       |
|    | 3. Transportasi            | 60,00                       | -                            |
|    | 4. Biaya penyusutan/thn:   |                             |                              |
|    | a. Kandang                 | 168,75                      | 300,00                       |
|    | b. Peralatan               | 234,88                      | 214,00                       |
|    | 5. Sewa lahan/tahun        | -                           | 25,00                        |
|    | 6. Biaya lain-lain         | 122,75                      | 25,00                        |
|    | Pendapatan Usaha           |                             | 4.721,00                     |
|    |                            | 3.135,19                    |                              |
|    | Pendapatan Petani          | 1.567,60                    | 2360,50                      |
|    | B/C Rasio                  | 1,95                        | 1,28                         |

Sumber: data primer diolah

Pada usaha pola kemitraan dengan system bagi hasil, pemilik modal memberikan nilai ratio yang relatif tinggi pada usaha pembibitan sapi yaitu B/C 1,95, sedangkan pada usaha penggemukan hanya B/C 1,28. tetapi keuntungan usaha penggemukan dengan pola bagi hasil, memberikan keuntungan yang relatif sangat rendah, artinya hanya 0,8 sampai 0,28 persen dari hasil modal yang digunakan. Dengan demikian, pola bagi hasil pada masa mendatang akan terancam oleh penurunan harga sapi hidup dan kenaikan harga sapi bakalan. Harga sapi bakalan yang merupakan 80 sampai 90 persen dari total biaya, diduga akan mengalami kenaikan terus pada waktu yang akan datang, yang disebabkan oleh permintaan yang semakin tinggi untuk keperluan ekspor.

#### ALUR DAN MARGIN PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG

Alur pemasaran ternak sapi di NTB relatif pendek. Saluran pemasaran yang pendek dan terintegrasinya lembaga-lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun secara horizontal, serta mendukung efisiensi pemasaran ternak sapi baik efisiensi operasional dan efisiensi biaya. Salah satu yang menguntungkan bagi peternak adalah efisiensi biaya dalam pemasaran ternak sapi, karena sebagian besar peternak menjual sapi di tempat (dirumah) dan biaya administrasi mutasi ternak ditanggung oleh pembeli. Peluang lain dari saluran

pemasaran ternak sapi yang relatif pendek dengan harga yang bersaing, adalah dapat mendorong dan membangkitkan motivasi peternak untuk meningkatkan usaha dibidang peternakan serta menumbuh kembangkan kelompok-kelompok usaha agribisnis peternakan di perdesaan.

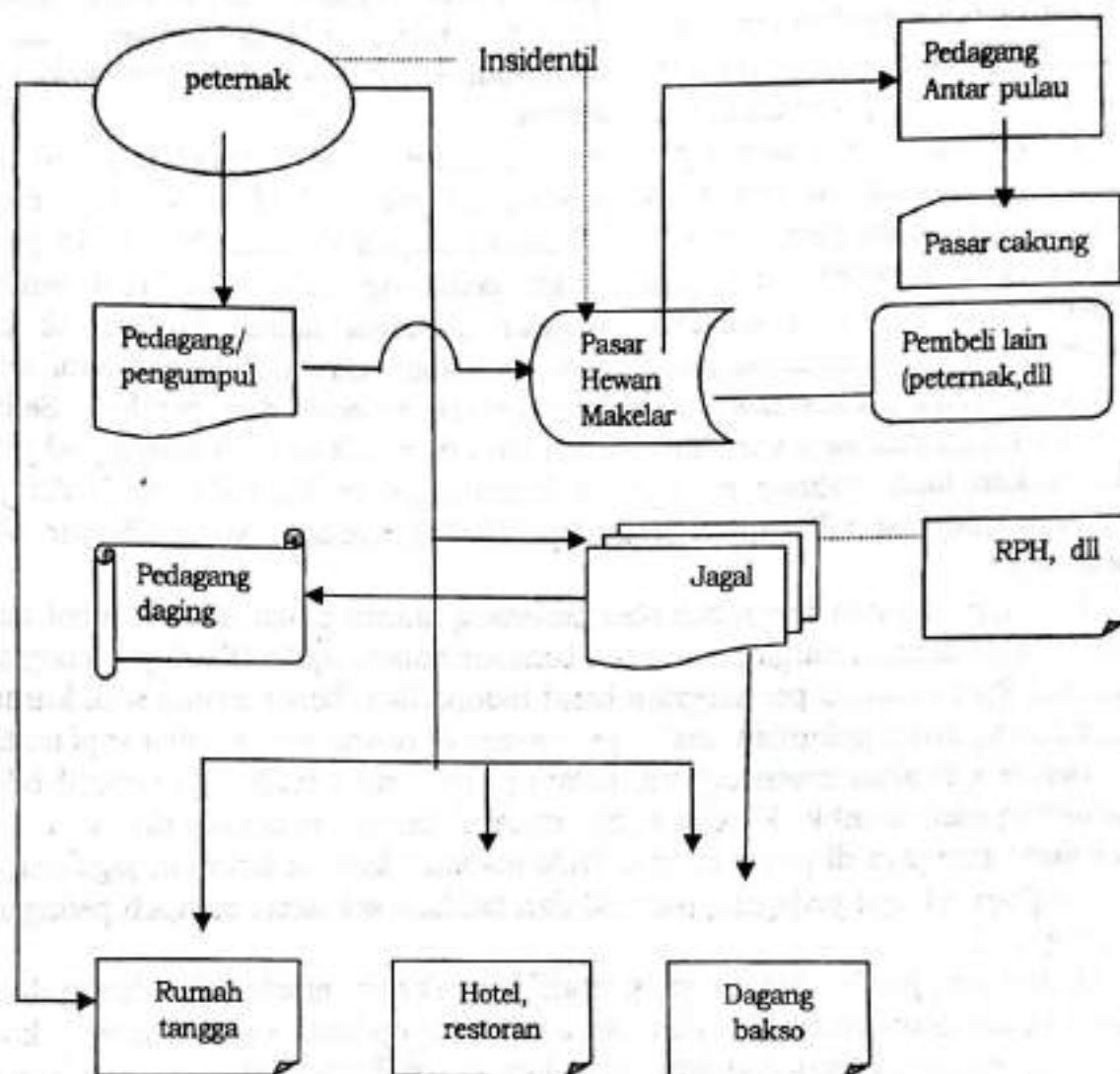
Pemasaran ternak sapi di pasar hewan umumnya dikuasai oleh blantik dan makelar. Blantik umumnya memiliki modal yang relatif kecil tetapi dapat menguasai proses pemasaran baik di desa maupun di pasar hewan. Di pasar hewan proses penjualan ternak kepada pedagang antar pulau dan pembeli lainnya dikuasai oleh makelar. Makelar biasanya menunggu blantik dan peternak serta mengambil alih proses penjualan ternak. Peternak sapi tidak terlibat dalam proses tawar menawar antara makelar dan pembeli. Selisih antara harga jual sapi yang ditentukan oleh peternak dengan harga jual yang ditentukan oleh makelar merupakan keuntungan makelar ditambah dengan upah memegang tali sapi sebesar Rp. 10.000,00/ekor yang dibayar oleh peternak.

Dasar penentuan harga beli oleh pedagang antara pulau adalah bobot mati badan sapi dengan harga penawaran berkisar antara Rp.9.000,00 per kilogram sampai Rp 11.000,00 per kilogram berat hidup. Jika bobot ternak sapi kurang dari 300 kg antar pulaukan, maka penawaran di bawah harga bobot sapi mati.

Berbeda dengan posisi pejagal, dalam pemasaran ternak sapi pejagal tidak didukung oleh blantik. Mereka bebas membeli ternak sapi baik dari peternak langsung maupun di pasar hewan. Pada sewaktu kondisi tertentu, jagal dapat merangkap sebagai pedagang (*blantik*) dan bahkan sekaligus menjadi pedagang daging sapi.

Dilihat dari jumlah blantik yang relatif banyak dan tersebar di seluruh desa, maka posisi tawar peternak dalam pemasaran cukup kuat. Dan akan lebih kuat lagi bila peternak sapi mampu menaksir bobot badan sapi dan perkiraan harganya. Untuk lebih jelasnya alur pemasaran sapi di NTB terlihat pada Gambar 1.

Dari sisi setiap pelaku perdagangan sapi di setiap lokasi nampaknya sangat dipengaruhi oleh orientasi pasar, informasi harga dan persaingan antar pembeli. Peternak dengan tujuan penggemukan sapi di kabupaten Lombok sudah pasti berorientasi pasar, sehingga selalu diikuti bagaimana perkembangan harga tersebut. Bahkan para peternak mensurvei di pasar hewan. Aktivitas peternak yang selalu mencari informasi pasar mengindikasikan bahwa market intelligence dikalangan peternak sudah nampak saat ini (Amareko, 1997). Kemampuan semacam ini tentunya dapat memperkuat posisi peternak dalam proses tawar menawar.



Gambar 1. Alur pemasaran ternak sapi di pulau Lombok, NTB 2003

Dari sisi margin pemasaran ternak sapi potong di NTB tahun 2003 mengutip hasil penelitian (Yohanes. G. Bulu, *et al*, 2003) bahwa margin yang diperoleh dari setiap pelaku pemasaran seperti pedagang blantik, jagal dan pedagang daging relatif cukup tinggi perbedaannya, seperti terlihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Marjin pemasaran ternak sapi potong di kabupaten Lombok Barat dan Lombok Tengah propinsi NTB, 2003**

| Uraian                               | Lokasi Kabupaten |               |
|--------------------------------------|------------------|---------------|
|                                      | Lombok Barat     | Lombok Tengah |
| 1. Harga jual peternak (Rp.000)      | 2800             | 2500          |
| 2. Blantik                           |                  |               |
| a. Harga beli (Rp.000)               | 2800             | 2500          |
| b. Biaya (Rp.000)                    | 92               | 87,50         |
| c. Harga Jual                        | 3000             | 2750          |
| d. Marjin (Rp)                       | 108              | 162,50        |
| e. Marjin (%terhadap total marjin)   | 23,7             | 23,5          |
| 3. Jagal                             |                  |               |
| a. Harga beli                        | 2500             | 2500          |
| b. Biaya                             | 40               | 37,50         |
| c. Harga Jual                        | 2000             | 2749          |
| d. Marjin (Rp)                       | 225,50           | 211,50        |
| e. Marjin (%terhadap total marjin)   | 49,5             | 30,6          |
| 4. Pedagang daging                   |                  |               |
| a. Harga beli                        | 2500             | 2500          |
| b. Biaya                             | 74,50            | 72,50         |
| c. Harga Jual                        | 2700             | 2900          |
| d. Marjin (Rp)                       | 122              | 317,50        |
| e. Marjin (%terhadap total marjin)   | 26,8             | 45,9          |
| 5. Konsumen daging (harga beliRp/Kg) | 455,50           | 691,50        |
| Total marjin (Rp)                    |                  |               |
| (%)                                  | 100              | 100           |

Dilihat dari total marjin bagi setiap pelaku perdagangan sapi di kabupaten Lombok Barat nampaknya lebih tinggi di kabupaten Lombok Tengah, yaitu 23,5% (bagi Pedagang Blantik), 49,5% (Jagal), kecuali pedagang daging 45,9% lebih tinggi di kabupaten Lombok Tengah. Sedangkan marjin tertinggi yang terima dari setiap pelaku perdagangan di Lombok Barat pedagang jagal (Rp.225.500,00), dan di Lombok Tengah ada pada pedagang daging yaitu Rp 317.500,00. Untuk harga jual sapi terbesar dari setiap pelaku perdagangan di dua kabupaten tersebut sekitar Rp 3.000.000,00 yakni pedagang *Blantik* di kabupaten Lombok Barat. Dan yang terendah dalam penjualan sapi terdapat dipedagang jagal Rp.2.000.000,00 di kabupaten Lombok Barat. Sedangkan harga beli tertinggi sapi terdapat di pedagang Blantik yaitu sekitar Rp. 2.800.000,00 juta di kabupaten Lombok Barat. Dengan demikian dilihat dari sisi mekanisme harga sapi nampaknya cukup baik di kabupaten Lombok Barat, tetapi bukan berarti di kabupaten Lombok Tengah harga sapi jatuh atau menurun, hanya perlu pembenahan, terutama bagi instansi terkait untuk selalu

memonitor perkembangan harga sapi dari setiap pelaku perdagangan, dan disisi lain peternak perlu mendapat perhatian dalam hal budidaya ternak sapi, serta informasi lain yang memang sangat diperlukan saat ini, mengingat pasaran ternak sapi selalu fluktuatif dengan adanya impor daging dari negara lain.

## KESIMPULAN

1. Perkembangan ternak sapi sangat penting peranannya dalam perekonomian di daerah NTB, hal ini terlihat meningkatnya permintaan daging akhir-akhir ini. Permintaan tersebut antara lain bertambahnya jumlah penduduk, dan daya beli masyarakat yang semakin meningkat untuk memenuhi kecukupan pangan dan gizi. Tetapi dengan meningkatnya kebutuhan daging, perkembangan populasi sapi potong nampaknya cenderung menurun setiap tahunnya. Hal ini diduga karena besarnya volume pengeluaran sapi bibit keluar wilayah NTB, serta ternak sapi yang dipotong untuk konsumsi lokal relatif besar. Untuk lebih hati-hati kedepannya pemerintah daerah (dinas terkait setempat) sebagai pemacu peternak dalam pembinaan tentunya sangat penting peternakan sapi potong dikembangkan dalam skala menengah keatas, tetapi tidak luput agar selalu mewaspadai terutama ternak sapi betina yang produktif tidak terjadi penyimpangan atau disalahgunakan oleh pihak ketiga.
2. Dari aspek pemasaran ternak sapi potong nampaknya cukup dinamis, hali ini dari peningkatan produksi, kualitas serta kontinuitas dalam penerapan teknologi peternakan sapi potong. Dengan demikian secara global peranan ternak sapi potong dapat memicu pembangunan daerah, terutama dapat menyumbangkan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD).
3. Pada alur tataniaga sapi potong di NTB relatif pendek dengan margin pemasaran yang rasional, dan ini tentunya mendukung pengembangan kelembagaan pasar yang lebih efisien. Bentuk atau pola pemasaran ternak sapi potong yang terjadi di NTB sebagian besar dikuasai oleh berbagai pelaku perdagangan seperti Blantik dan makelar. Hal ini tentunya menghilangkan peranan dan kesempatan peternak sapi potong untuk terlibat langsung dalam proses pemasaran. Untuk itu diperlukan pemberdayaan kelembagaan yang dapat menumbuh kembangkan kelompok-kelompok peternak sebagai kelompok yang mampu berusaha agribisnis terpadu di pedesaan, seperti keterpaduan dalam sistem integrasi tanaman dan ternak.
4. Pada kelayakan usaha sapi potong, memperlihatkan hasilnya secara ekonomis layak untuk dikembangkan lebih lanjut, tetapi tidak dapat berlangsung lama karena para investor enggan dan tidak menarik untuk menanamkan modalnya. Ini terlihat bahwa selama ini para peternak membibitkan ternak sapi bakalan hanya mampu dalam skal kecil dan

nampaknya sulit untuk diharapkan berkembang menjadi perusahaan pembibitan sapi bakalan. Selain itu investasi untuk pembibitan membutuhkan waktu yang lama dan biaya relatif besar sementara resiko yang dihadapi tinggi. Untuk kedepannya dan melestarikan dan mengembangkan potensi yang ada, sebaiknya investasi usaha pembibitan dilaksanakan oleh pemerintah dalam bentuk BUMN atau kerjasama dengan pihak swasta. Dan strategi semacam ini diharapkan dapat mendorong investor untuk mengembangkan usaha pembibitan sapi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 1981. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Amereko, Salem, L., 1997. Studi Pemasaran Ternak Sapi di propinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. *Lembaga Penelitian Universitas Nusa Cendana Bekerjasama dengan Proyek Penelitian Usahatani Nusa Tenggara (NTAADP)*. BPTP Naibonat, Kupang.
- Biro Pusat Statistik, 2003. *Nusa Tenggara Barat Dalam Angka*.
- Heilbroner, Robert L. 1982. *Terbentuknya Masyarakat Ekonomi*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Krishnaswamy, L. 1975. The Degree of Competitives in Agricultural Marketing Contribute. *Paper Read at The 15th Intenational Conference of Agricultural Economisth*. Oxford.
- Limbong, W. H. dan P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Bahan Kuliah Jurusan ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Mosher, A.T. 1987. *Menggerakkan dan membangun Pertanian*. C.V. Jasaguna. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP2ES. Jakarta
- Nugroho, Heru, 2001. *Uang, Rentenir dan Hutang Putang di Jawa*. Penerbit Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Plattner, Stuart., 1989. *Economic Antropologiy*. Stanford California: Stanford University Press.
- Redfield, Robert., 1982. *Masyarakat Petani dan Kebudayaan*. Penerbit CV. Rajawali. Jakarta.
- Rex, John.1985. *Analisa Sistem Sosial* . Ahli Bahasa: Sahat Simamora . Buku asli: "Social Conflict". PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Rachmat, M., Supriyati dan hendiarto, 2000. Dinamika Kelembagaan Lahan dan Hubungan Kerja Pertanian. *Prosiding " Perspektif Pembangunan Pertanian Dan Pedesaan Dalam Era Otonomi Daerah*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.

- Sandenso, K. Stephen, 1993. *Makro Sosiologi*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Talib. C., K. Entwistk, A. Siregar, S. Budiarti - Tuner dan Lindsay, 2003. Survey of Population Dynamics of Bali Cattel and Existing Briding Programs in Indonesia dalam Strategies to improve Bali Cattle in Eastern Indonesia. *ACIAR Proceedings*.
- Yohannes, G., Bulu et al, 2003. *Pemasaran Ternak Sapi Dalam Sistem Usahatani Tanaman Ternak Di pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat*. BPTP Nusa Tenggara Barat.
- Yusdja. Y. et al. 2004. *Laporan Penelitian Pemantapan Program Dan Strategi Kebijakan Peningkatan Produksi Daging Sapi*. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian. Bogor.