

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Peningkatan jumlah penduduk yang diikuti peningkatan penghasilan per kapita menjadikan masyarakat menyadari arti gizi. Hal ini membuat pergeseran pola makan masyarakat dari mengonsumsi karbohidrat ke protein (hewani), berupa daging, telur, dan susu. Kecendrungan ini diduga menjadi penyebab ketidakmampuan produsen sapi potong memenuhi permintaan dalam Negeri. Hasil peternakan seperti susu, telur, dan daging pun masih diimpor dari luar negeri. Disisi lain, kebijakan makro ekonomi yang dilakukan pemerintah pada saat itu ditengarai sangat memasung pengembangan agribisnis peternakan. (Abidin 2006).

Pemeliharaan sapi dan perkembangan populasinya di Indonesia, terutama sapi potong, mengalami pasang surut yang fluktuatif. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai kebijakan pemerintah dan kondisi perekonomian masyarakat secara global. Sejak zaman kolonial telah dilakukan pemeliharaan sapi yang tujuan utamanya sebagai sumber tenaga kerja untuk menggarap lahan pertanian dan menarik kendaraan pengangkut tebu. Sapi-sapi lokal Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara yang berpostur kecil dan berwarna merah diganti dengan sapi-sapi impor yang berpostur besar berwarna putih. Percobaan penggantian jenis sapi ini dikenal dengan program *ongolisasi* karena sapi ditunjukkan untuk menggantikan keberadaan sapi-sapi lokal, akhirnya dilakukan upaya perkawinan antara sapi-sapi impor dan sapi-sapi lokal, sehingga kini dikenal sapi peranakan ongole (PO) di Jawa. Sementara itu, sapi Sumba ongole (PO) merupakan ongole yang berkembang secara murni di Pulau Sumba (Abidin 2002).

Program ketahanan pangan nasional kaitannya terhadap peningkatan kuantitas dan kualitas demi terciptanya ketersediaan pangan yang cukup pada jangka pendek dan tercapainya swasembada pangan nasional pada jangka panjang adalah sebuah keniscayaan. Pangan menjadi isu yang paling sensitif diseluruh dunia saat ini karena kemajuan ekonomi suatu bangsa atau daerah selalu

mempertimbangkan aspek ketersediaan pangan, oleh karena itu isu ini menjadi skala prioritas pemerintah terutama pada penyiapan produksi dan pemasarannya.

Pada umumnya petani berpikir sederhana terkait dengan apa yang harus mereka kerjakan yaitu “apakah pasar untuk komoditi A cukup prospektif dan menguntungkan bagi petani?”. Bila pertanyaan ini terjawab oleh mekanisme pasar maka petani biasanya akan mengambil keputusan untuk memproduksi komoditi yang dimaksud. Demikian juga komoditi sapi yang telah menjadi persoalan nasional saat ini karena adanya masalah kenaikan harga daging sapi di hampir seluruh pasar daging sapi di Indonesia terutama di Pulau Jawa mempunyai permintaan akan daging sapi sangat tinggi karena terkait dengan jumlah penduduk yang cukup banyak juga.

Perkembangan peternakan sapi pedaging di Indonesia yang lebih mengarah kepada segi komersial semakin tampak, bahkan sistem penggemukan yang semakin modern telah terpacu oleh tuntutan penyediaan daging yang bersifat kuantitatif dan kualitatif. Selanjutnya keadaan itu merupakan dampak positif dari meningkatnya pendidikan dan pendapatan masyarakat serta semakin bertambah banyaknya konsumen selektif.

Kabupaten Gorontalo merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Gorontalo yang memiliki produksi peternakan yang cukup besar, dilihat dari lima tahun terakhir populasi ternak sapi dari Tahun 2007 sebesar 46.278 ekor dan produksi daging 1.012.173 kilogram kemudian meningkat di Tahun 2011 dengan populasi ternak sapi sebesar 73.712 ekor dengan produksi daging hingga 1.175.953 kilogram, sehingganya kegiatan pemasaran sapi dapat menunjang pendapatan para peternak seiring dengan meningkatnya masyarakat dalam mengkomsumsi daging. (Badan Pusat Statistik 2012).

Pemasaran sapi di Gorontalo masih belum secara profesional, yaitu karena belum adanya tersediaan pasar hewan. Komoditas hewan (sapi) masih diperjual belikan melalui pasar tradisional sehingga akses untuk pembelian sapi masih belum bisa dilalui secara baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah saluran pemasaran ternak sapi di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo?
2. Bagaimanakah margin pemasaran, distribusi margin pemasaran, dan *share* ternak sapi di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo?

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Saluran pemasaran ternak sapi di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo
2. Margin pemasaran, distribusi margin pemasaran, dan *share* ternak sapi di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo

D. Manfaat

1. Sebagai bahan informasi tentang saluran, margin pemasaran, distribusi margin pemasaran, dan *share* ternak sapi yang ada di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo.
2. Sebagai sumber informasi bagi kaum akademisi dan peneliti lainnya.