

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi pembangunan peternakan mempunyai prospek yang baik dimasa depan, karena permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi pangan bergizi sebagai pengaruh dari naiknya tingkat pendidikan rata-rata penduduk. Pembangunan dan pengembangan tersebut salah satunya adalah pembangunan di bidang peternakan, dimana usaha peternakan yang banyak dilakukan oleh masyarakat adalah beternak kambing. Ternak kambing merupakan salah satu jenis ternak yang cukup digemari masyarakat, namun skala usahanya masih bersifat usaha kecil-kecilan dimana sistem pemeliharaan dan perkembangbiakannya masih secara tradisional.

Pada awalnya pemeliharaan ternak yang dilakukan oleh masyarakat hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dan keluarganya. Namun sejalan dengan perkembangan waktu, kegiatan peternakan telah banyak mengalami perubahan dan perkembangannya yang mengarah pada bentuk usaha sebagai sumber pendapatan, dan keuntungan tersendiri bagi peternak. Upaya pengembangan ternak kambing selain bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan ketahanan pangan rumah tangga, juga diharapkan mampu menggerakkan sistem produksi dan pemasaran yang berkelanjutan dalam sistem dan usaha agribisnis.

Penjualan ternak kambing tidak terlepas dari hubungan dengan lembaga pemasaran, seperti pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer

yang merupakan lembaga pemasaran yang menghubungkan antara produsen dan konsumen. Keberhasilan proses pemasaran pada akhirnya tercapai efisiensi pemasaran.

Pasar hewan Kecamatan Pulubala merupakan pasar hewan yang paling ramai dikunjungi oleh konsumen di antara beberapa pasar hewan yang ada di Kabupaten Gorontalo. Pemasaran ternak kambing di Pasar Pulubala, Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo, di hadapkan beberapa masalah antara lain : harga dan biaya pemasaran. Para peternak selalu berpatokan dengan harga jual yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul melalui penaksiran. Pada umumnya peternak bertindak sebagai penerima harga, sehingga menyebabkan penerimaan ditingkat peternak menjadi paling rendah. Hal tersebut terjadi dikarenakan peternak tidak memiliki kekuatan tawar menawar dibandingkan dengan lembaga pemasaran lainnya serta tidak memiliki informasi yang lengkap mengenai harga jual dipasaran.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Efisiensi dan Margin Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana margin pemasaran ternak kambing di Pasar Hewan Pulubala Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran ternak kambing di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo

1.3 Tujuan

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Margin pemasaran ternak kambing di Pasar Hewan Pulubala Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo.
2. Efisiensi pemasaran ternak kambing di Pasar Hewan Pulubala Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi para pelaku pemasaran atau lembaga pemasaran dalam memilih dan menentukan saluran pemasaran yang dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat baik peternak, pedagang, maupun konsumen.
2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.