

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peternakan merupakan sektor yang memiliki peluang sangat besar untuk dikembangkan sebagai usaha di masa depan, dilihat dari kebutuhan masyarakat akan produk peternakan semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Tahun 2012 bahwa jumlah konsumsi daging sapi meningkat setiap tahunnya dari tahun 2007 sampai 2010 sebesar 11,77%. Peternakan sebagai penyedia protein, energi, vitamin, dan mineral semakin bertambah seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup. Salah satu protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat adalah daging sapi, daging sapi sebagai salah satu bahan pangan yang sangat penting dalam mencukupi kebutuhan gizi masyarakat dan komoditas ekonomi yang strategis.

Saat ini permintaan daging sapi semakin menjamur sehingga banyak yang menekuni usaha ternak sapi apalagi sapi potong setiap hari selalu meningkat para peminatnya terutama saat menjelang hari raya. Permintaan akan daging sapi potong bisa lebih meningkat dari biasanya meskipun harga daging sapi mahal, tapi tidak menyurutkan peminatnya. Hal ini tentu membuat usaha di bidang peternakan sapi semakin dilirik dan banyak diminati oleh orang yang ingin memulai usaha. Secara nasional Indonesia masih belum mampu mencukupi kebutuhan permintaan daging sapi tersebut, sehingga salah satu cara untuk mengatasi kekurangan daging tersebut maka pemerintah membuka kran import sapi hidup maupun daging sapi (beku) dari negara lain. Langkah yang diambil pemerintah untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan menetapkan program kecukupan daging tahun 2024, untuk mencapai program tersebut, diperlukan terobosan yang efektif dan dukungan yang nyata dari pemerintah dan masyarakat, khususnya yang bergerak di bidang usaha sapi potong.

Sapi potong juga merupakan sumber pangan kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia, bila ditinjau dari sumber asalnya bahan pangan terdiri atas pangan nabati (asal tumbuhan) dan pangan hewani (asal ternak dan ikan). Bahan pangan hewani yang berasal dari ternak adalah daging, telur, dan susu yang berfungsi sebagai sumber zat gizi utamanya protein dan lemak.

Konsumsi daging ruminansia di Indonesia sangat meningkat akan tetapi kebutuhan daging masih rendah secara nasional, sehingga kekurangannya masih dipenuhi dari impor baik berupa sapi bakalan maupun daging beku. Dalam menghadapi tantangan tersebut pemerintah perlu menyusun program peningkatan produksi daging sapi dalam negeri, menggunakan pendekatan yang lebih banyak mengikutsertakan peran aktif masyarakat mulai tahun 2017 dalam program sapi indukan wajib bunting (SIWAB), dan pemerintah juga menargetkan swasembada daging tahun 2024.

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen, bagi produsen sapi potong, baik perusahaan peternakan maupun peternakan rakyat pemasaran mempunyai peran yang penting. Setelah produk dalam hal ini ternak dihasilkan peternak pasti menginginkan ternaknya cepat sampai dan diterima oleh konsumen. Berdasarkan fenomena dan kenyataan di atas, masyarakat peternakan di Kabupaten Gorontalo memanfaatkan kesempatan tersebut sebagai peluang usaha peternakan yang baik untuk ditumbuh kembangkan, terlebih secara komparatif peternakan sapi potong merupakan salah satu subsektor yang ada. Potensi ekonomi subsektor peternakan dapat di manfaatkan secara berkelanjutan dan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kemakmuran rakyat, sedangkan di sisi lain ada tantangan besar yang harus dihadapi seperti keterbatasan modal, rendahnya wawasan agribisnis dan tatalaksana pemeliharaan yang masih tradisional untuk segera di atasi. Hal ini sudah merupakan isu hangat yang sedang berkembang di masyarakat Kabupaten Gorontalo sebagai ungkapan harapan dan keinginan mendayagunakan sumberdaya alam yang tersedia.

Pada masa pandemi corona virus yang kita kenal sekarang dengan Covid-19 terjadi banyak sekali perubahan harga terkait dengan pemasaran ternak yang ada di Kabupaten Gorontalo, harga yang dijual oleh peternak ke pedagang pengumpul turun dua kali lipat dari harga sebelum masa pandemi Covid-19. Hal ini adalah merupakan proses pemasaran yang perlu dikaji lagi apa yang menyebabkan turunnya harga ternak di pasar sementara bantuan untuk Covid terus diberikan oleh pemerintah, dalam kondisi seperti ini aspek pemasaran sangatlah terbatas karena peternak tidak bisa langsung menjual hasil ternak mereka ke pasar karna adanya peraturan pemerintah dengan tetap berada di dalam rumah. Masyarakat sulit untuk mendeteksi harga jual yang ada di pasaran olehnya ini menjadi kesempatan bagi pedagang untuk menaikkan atau menurunkan harga yang ada di pasaran.

Pada masa pandemi covid-19 usaha peternakan sapi potong di Kabupaten Gorontalo mengalami perubahan yang signifikan, dipeternak kurang lebih 90% merupakan peternakan rakyat yang memiliki ternak antara 1 sampai 3 ekor. Peternak di dalam melaksanakan usahanya selalu menghadapi permasalahan serius yang sangat mempengaruhi masalah pemasaran. Pola pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Gorontalo masih bersifat tradisional karena peternak tidak menjual langsung sapihnya ke pasar hewan atau pedagang besar melainkan ke pedagang pengumpul. Peran pedagang pengumpul masih dirasakan sangat membantu peternak, sehingga pedagang pengumpul tidak mungkin dihilangkan dari saluran pemasaran, namun peternak dihadapkan pada posisi tawar yang lemah, mereka buta informasi, tidak mengetahui informasi harga ternak, terlebih lagi pada saat peternak memerlukan uang, sehingga ternak terjual harganya menjadi tidak wajar. Hal inilah yang menyebabkan pemasaran peternak kurang maksimal, di lain pihak pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedandang pengecer mendapatkan keuntungan yang lebih besar, karena merekalah yang berhubungan langsung dengan pasar. Ironisnya harga daging sapi lokal di pasar-pasar tradisional tetap tinggi.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran ternak sapi potong pada masa pandemi covid-19 ?
2. Bagaimana margin dan keuntungan tiap lembaga pemasaran sapi potong pada masa pandemi covid-19 ?
3. Saluran pemasaran mana yang paling efisien pada pemasaran sapi potong pada masa pandemi covid-19 ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui:

1. Saluran pemasaran ternak sapi potong pada masa pandemi covid-19
2. Margin dan keuntungan tiap lembaga pemasaran sapi potong pada masa pandemi covid-19
3. Saluran pemasaran yang paling efisien pada pemasaran sapi potong pada masa pandemi covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan sumbangan kepada :

1. Bagi para peternak sapi potong
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan pertimbangan bagi peternak dalam menjalankan usahanya, sehingga dalam pemasaran diperoleh hasil yang maksimal.
2. Bagi lembaga dan instansi terkait
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam penelitian selanjutnya atau dijadikan dasar pengambilan keputusan.
3. Bagi Akademis
Kegunaan secara akademis penelitian ini adalah sebagai wujud kontribusi akademis dalam pengembangan usaha ternak sapi potong. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi kalangan akademis dan peneliti lainnya.