

**ANALISIS RANTAI PASOK DAGING SAPI DI RUMAH
PEMOTONGAN HEWAN NP 96**

S K R I P S I

Oleh :

**SRI AYU ANGGRIANI
NPM : 1704300039
Program Studi : AGRIBISNIS**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**ANALISIS RANTAI PASOK DAGING SAPI DI RUMAH
PEMOTONGAN HEWAN NP 96**

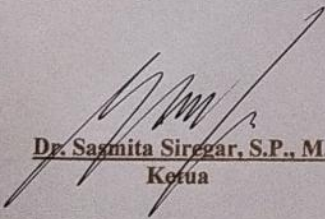
SKRIPSI

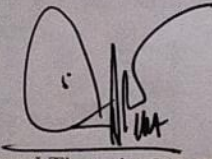
Oleh:

**SRI AYU ANGGRIANI
1704300039
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Komisi Pembimbing


Dr. Sagmita Siragar, S.P., M.Si.
Ketua


Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh:



Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus : 04-12-2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Sri Ayu Anggriani

Npm : 1704300039

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Desember 2021

Yang menyatakan



Sri Ayu Anggriani

RINGKASAN

Sri Ayu Anggriani “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96I”. Dibimbing oleh: Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P.,M.Si. sebagai ketua komisi pembimbing dan Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. sebagai anggota komisi pembimbing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis rantai pasok daging sapi dan efisiensi pemasaran pada rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan sampel yang digunakan sebanyak 29 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus sampai September 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Pemotongan Hewan (RPH) NP 96 berperan sebagai tempat pengandangan sebelum pemotongan, kegiatan penyembelihan sapi potong milik pedagang besar dan juga kegiatan pemasaran daging sapi. Rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 terdapat dua rantai pasok. Dapat dilihat pada 3 aliran yaitu: (1) Pada aliran produk terdapat 2 pola saluran pada aliran produk. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu : (a) pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir dan (b) pedagang besar – konsumen tingkat I – Konsumen tingkat II. (2) Pada aliran keuangan terdapat 2 pola saluran pada aliran keuangan. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu (a) konsumen akhir – pedagang pengecer – pedagang besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat dan (b) konsumen tingkat II – konsumen tingkat I – Pedagang Besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat. (3) Aliran informasi yang berjalan antar lembaga pemasaran daging sapi adalah informasi terkait pemasok, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi dan harga pasar. Pada rantai pasok I nilai efisiensi pemasaran daging sapi untuk tingkat pedagang besar sebesar 0,033% dan nilai efisiensi pemasaran daging sapi pada tingkat pedagang pengecer sebesar 0,0127% maka rantai pasok I ini nilai efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang pengecer lebih efisien dari tingkat pedagang besar. Dan pada rantai pasok II terdapat nilai efisiensi pemasaran daging sapi tingkat pedagang besar sebesar 0,027% artinya lebih kecil dari 50% maka dapat dikatakan efisien. Jadi saluran daging sapi di RPH NP 96 ini rantai pasok II lebih efisien dibandingkan dengan rantai pasok I karena nilai efisiensi pemasaran rantai pasok II lebih kecil dari rantai pasok I.

Kata Kunci : Daging Sapi, Rantai Pasok, Efisiensi.

SUMMARY

Sri Ayu Anggriani "Beef Supply Chain Analysis in Slaughterhouse NP 96". Guided by: Dr. Sasmita Siregar's mother, S.P., M.Si. as chairman of the guidance commission and Mr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. as a member of the supervisory commission. The study aims to find out and analyze beef supply chain and marketing efficiency on beef supply chain at NP 96 Slaughterhouse. The method used in this study is descriptive method. The sampling method in this study is a *purposive sampling* and *snowball sampling* technique with samples used as many as 29 samples. The method of data analysis used in this study is quantitative descriptive analysis. The data used is primary data and secondary data. The study was conducted from August to September 2021. The results of this study showed that the NP 96 Slaughterhouse (RPH) acted as a place of slaughter before slaughter, slaughtering of beef cattle owned by wholesalers and also beef marketing activities. The beef supply chain at NP 96 Slaughterhouse has two supply chains. Can be seen in 3 streams, namely: (1) In the product flow there are 2 channel patterns in the product flow. The channel patterns formed are: (a) wholesalers – retailers – end consumers and (b) wholesalers – level I consumers – level II consumers. (2) In financial flows there are 2 channel patterns in financial flows. As for the channel pattern formed, namely (a) the end consumer - retailer merchant - wholesaler - RPH - PT. Sapi Andalas Langkat and (b) level II consumer – level I consumer – Wholesaler – RPH – PT. Sapi Andalas Langkat. (3) The flow of information that runs between beef marketing agencies is information related to suppliers, location of beef purchases, quality of beef, amount of beef supply and market price. In supply chain I the value of beef marketing efficiency for large merchant levels is 0.033% and the value of beef marketing efficiency at the retailer's merchant level of 0.0127% then supply chain I's marketing efficiency value at the retailer's merchant level is more efficient than the wholesale level. And in the supply chain II there is a large merchant level beef marketing efficiency value of 0.027% which means less than 50% then it can be said to be efficient. So the beef channel in RPH NP 96's supply chain II is more efficient compared to the supply chain I because the marketing efficiency value of supply chain II is smaller than the supply chain I.

Keywords : Beef, Supply Chain, Efficiency.

RIWAYAT HIDUP

SRI AYU ANGGRIANI, lahir di Medan 31 Desember 1998 anak dari pasangan Aiyub Salmi dan Supartini anak kedua dari lima bersaudara.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh antara lain:

1. Tahun 2010, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Swasta Amaliyah Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara
2. Tahun 2013, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Swasta Ar- Rahman Full Day School Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan Provinsi Sumatera Utara
3. Tahun 2016, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh Provinsi Aceh
4. Tahun 2017, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.

Kegiatan akademik dan organisasi yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa antara lain :

1. Tahun 2017 Mengikuti Darul Arqam Dasar (DAD) PK IMM Fakultas Pertanian UMSU.
2. Tahun 2018 menjabat sebagai Departemen IMMawati PK IMM Fakultas Pertanian UMSU P.A 2018 – 2019.
3. Tahun 2019 menjabat sebagai Wakil Bendahara PK IMM Fakultas Pertanian UMSU P.A 2019 – 2020.

4. Tahun 2020, melaksanakan Kuliah Kerja Nyata Di Tanjung Siporkis
Kecamatan Galang
5. Tahun 2020, melaksanakan Praktek Kerja Lapangan Di Balai Penelitian
Karet Sungei Putih

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96” Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak bantuan dari pihak lain, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Agussani, M. AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Wan Arliani Barus, M.P selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Akbar Habib, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap S.P., M.Si. selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Juita Rahmadani Damanik S.P., M.Si. selaku Sekretaris Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. selaku ketua komisi pembimbing skripsi penulis dan bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si selaku anggota komisi pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Staff/Pegawai yang ada di Fakultas Pertanian terkhusus program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu dalam hal administrasi bagi penulis.
9. Kedua orang tua tersayang Bapak Aiyub Salmi dan Ibu Supartini yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, do'a dan materi kepada penulis serta para keluargaku tercinta.

10. Bapak Eli Suhairi selaku pemilik Rumah Pemotongan Hewan NP 96 Desa Tanjung Gusta.

11. Seluruh teman – teman stambuk 2017 seperjuangan terkhusus AGB-1 Program Studi Agribisnis atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan. Penulis menyadari skripsi ini masih perlu penyempurnaan. Oleh karena itu saran konstruktif sangat diharapkan dari pembaca.

Medan, Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PENDAHULUAN	1
Latara Belakang	1
Rumusan masalah.....	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Daging Sapi.....	5
Rantai Pasok.....	6
Manajemen Rantai Pasok.....	8
Efisiensi Pemasaran	10
Lembaga Pemasaran	11
Saluran Pemasaran	12
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran.....	17
METODE PENELITIAN.....	20
Metode Penelitian.....	20
Metode Penentuan Lokasi	20
Metode Penarikan sample	21
Metode Pengumpulan Data	21
Metode Analisis Data.....	22

Definisi dan Batasan Operasional	23
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	25
Letak dan Luas Daerah Penelitian.....	25
Keadaan Penduduk Daerah Penelitian	26
Sarana dan Prasarana Umum Daerah Penelitian.....	27
Karakteristik Responden	27
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
Kesimpulan	45
Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Komposisi Beberapa Zat Gizi Daging Sapi Dalam 100 Gram	2
2.	Komposisi Asam Amino Essensial Daging Sapi	5
3.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Dusun	26
4.	Distribusi Mata Pencarian Pokok Penduduk.....	26
5.	Sarana dan Prasarana Rumah Pemotongan Hewan NP 96	27
6.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia	28
7.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan.....	28
8.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Tanggungan.....	29
9.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian.....	37
10.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian	39
11.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Konsumen Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian	40
12.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi.....	42
13.	Jumlah Pembelian, Harga Dan Biaya Tingkat Konsumen.	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	19
2.	Pola Saluran pada Rantai Pasok Daging Sapi RPH NP 96.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden Penelitian	50
2.	Biaya Pedagang Besar dalam 1 (Satu) Kali Pembelian pada Rantai Pasok I	51
3.	Biaya Pedagang Besar dalam 1 (Satu) Kali Pembelian pada Rantai Pasok II	52
4.	Biaya Pedagang Pengecer dalam 1 (Satu) Kali Pembelian pada Rantai Pasok I	53
5.	Karakteristik Responden Konsumen pada Rantai Pasok I	54
6.	Karakteristik Responden Konsumen pada Rantai Pasok II	55
7.	Biaya Pemasaran Konsumen Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok I	56
8.	Biaya Pemasaran Konsumen Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok II	57
9.	Kuesioner Penelitian	58
10.	Dokumentasi Penelitian	76
11.	Bukti Pembelian Sapi Potong di PT. Lembu Andalas Langkat	81
12.	Surat Izin Penelitian dari Fakultas Pertanian UMSU	82
13.	Surat Izin Penelitian dari Kepala Desa	83

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu masalah terpenting adalah memenuhi kebutuhan akan makanan, terutama kebutuhan hewani. Kepuasan permintaan makanan, dalam arti luas berkaitan erat dengan sektor pertanian dan peternakan. Oleh karena itu, tidak heran jika sektor pertanian dan peternakan menjadi bagian terpenting dalam pembangunan negara Indonesia (Yunus, 2002)

Salah satu kebutuhan pangan yang dapat menunjang gizi adalah daging sapi. sapi merupakan penghasil daging utama di Indonesia. Konsumsi daging sapi mencapai 19 % dari jumlah konsumsi daging nasional (Dirjen Peternakan, 2009).

Daging sapi memiliki peranan strategis dalam memenuhi kebutuhan protein hewani di Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen berharap mendapatkan harga daging yang normal serta terjangkau. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat dari tingkat pendapatan perkapita yang terus meningkat. Hal ini secara langsung mengubah pola konsumsi pangan penduduk untuk protein hewani seperti daging, telur, dan susu. Perubahan struktur permintaan produk ternak mempengaruhi kebijakan pasokan pangan, harga, dan proyeksi permintaan produk tersebut.

Daging sapi merupakan jenis daging yang menjadi sumber protein hewani yang cukup tinggi. Daging tidak hanya mengandung nutrisi yang baik bagi pertumbuhan seperti protein yang tinggi serta asam amino essensial yang seimbang, tetapi juga membantu menyediakan sumber energi berupa lemak. Oleh karena itu, daging sapi sangat dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan

gizi dan lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Di bawah ini adalah komposisi beberapa nutrisi yang terdapat pada daging sapi.

Tabel 1 Komposisi Beberapa Zat Gizi Daging Sapi Dalam 100 Gram

No	Komponen	Jumlah
1	Air	66,00 (g)
2	Protein	18,80 (g)
3	Lemak	14,00 (g)
4	Kalsium	11,00 (mg)
5	Fosfor	170,00 (mg)
6	Zat Besi	2,80 (mg)
7	Vitamin A	30,00 (SI)
8	Vitamin B1	0,08 (mg)
9	Energi	207,00 (Kkal)

Sumber : Sudarisman dan Elvina (1996)

Rantai pasokan atau *supply chain* merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan (finansial). Pengaturan ini penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan daging sapi dan harga relatif tinggi jika dibandingkan dengan hasil komoditas ternak lainnya. Kegiatan dalam rantai pasokan merupakan proses penyampaian produk yang awalnya berupa sapi potong hidup menjadi daging sapi yang siap untuk dipasarkan dari peternak sapi potong/Rumah Pemotongan Hewan hingga ke konsumen daging (Syakur, 2017).

Distribusi daging sapi yang terjadi di berbagai Rumah Pemotongan Hewan mendorong para pelaku distribusi seperti pedagang besar dan pedagang pengecer selaku perantara yang berhubungan langsung dengan konsumen melakukan strategi pemasaran dalam melakukan kegiatannya. Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan memerlukan strategi pemasaran yaitu sejumlah tindakan yang terintegrasi yang diarahkan untuk mencapai kompetitif yang berkelanjutan (Amirah, 2015).

Rumah Pemotongan Hewan NP 96 milik Swasta yang bertempat di desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang ini tidak hanya menerima jasa pemotongan hewan saja tetapi juga memasarkan daging sapi ke pedagang besar. Sapi potong yang ada di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 berasal dari pemasok sapi potong yaitu PT. Lembu Andalas Langkat. Jenis sapi yang di perdagangkan adalah jenis sapi *Brahman Cross (BX)* sapi Australia. Rantai pasokan daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan mengalami penurunan akan sapi potong impor, karena pandemi covid 19 yang mempengaruhi pemasokan sapi potong dari Australia diberhentikan untuk beberapa waktu dan juga mempengaruhi daya beli masyarakat pada perdagangan daging sapi. Oleh karena itu, dengan melihat dan memperhatikan uraian-uraian tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96.”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran pada rantai pasok daging sapi?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96

2. Untuk mengetahui dan menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok daging sapi

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan disiplin ilmu yang telah diterima selama perkuliahan serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bagi pengelola usaha pemotongan sapi adanya penelitian ini menjadi evaluasi kinerja pengelola baik pada saat ini maupun masa yang akan datang.
3. Bagi pembaca penelitian ini menjadi sumber penambah pengetahuan dan wawasan serta dapat dijadikan sumber referensi tambahan bagi pembaca yang memerlukannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Daging Sapi

Daging sapi merupakan bagian dari hewan yang disembelih yang digunakan manusia sebagai bahan makanan (Saptarini, 2009). Daging sapi merupakan produk ternak yang merupakan sumber protein. Daging sapi merupakan bahan pangan yang mengandung gizi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia untuk pertumbuhan dan kesehatan (Arifin, 2008).

Daging sapi merupakan salah satu bahan pangan asal ternak yang mengandung nutrisi berupa air, protein, lemak, mineral, dan sedikit karbohidrat sehingga dengan kandungan tersebut menjadikan medium yang baik untuk pertumbuhan bakteri dan menjadi mudah mengalami kerusakan (Nurwantoro, 2012). Bahan pangan asal ternak menjadi berbahaya dan tidak berguna apabila tidak aman. Oleh karena itu, perlu penjagaan yang mutlak dalam keamanan pangan supaya berguna bagi tubuh (Bahri, 2008).

Table 2. Komposisi Asam Amino Essensial Daging Sapi

Jenis Asam Amino Essensial	Kadar Protein (%)	Berat Molekul (g/mol)
Arginin	6,9	174,2
Histidin	2,9	155,2
Isoleusin	5,1	131,2
Leusin	8,4	131,2
Lisin	8,4	146,2
Metionin	2,3	149,2
Phenilalanin	4,0	165,2
Threonin	4,0	119,1
Triptofan	1,1	204,2
Valin	5,7	117,1

Sumber data: Anjasari (2010)

Daging dibentuk oleh dua bagian utama yaitu serat-serat otot berbentuk rambut dan tenunan pengikat. Komposisi serat daging mengandung campuran kompleks dari protein, lemak, karbohidrat dan garam mineral. Daging sapi

merupakan salah satu sumber protein hewani yang bersumber dari hewan ternak. Daging sapi dapat dihasilkan dari berbagai komoditas peternakan seperti ternak besar, ternak kecil dan ternak unggas.

Ternak besar seperti sapi merupakan salah satu jenis ternak yang memiliki peranan terpenting sebagai penghasil daging dengan kualitas dan kuantitas yang cukup baik. Jenis atau bangsa sapi yang terdapat di Indonesia sebagai penghasil daging adalah sapi Bali, sapi Madura, sapi Peranakan Ongole (PO) dan sapi Brahman Cross (Kanisius, 1990).

Rantai Pasok

Pengertian rantai pasok (*supply chain*) secara umum merupakan proses manufaktur terstruktur yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi kemudian dikirim ke pelanggan akhir. Rantai pasok melibatkan *supplier*, *manufacturer*, dan *retailer* yang saling bersinergi dan bekerja sama satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi permintaan pelanggan. *Supply chain* berperan untuk menambah nilai pada suatu produk melalui sebuah proses ketika produk dipindahkan dari satu lokasi ke lokasi lainnya (Janvier-James, 2012).

Supply chain sebagai sekumpulan aktivitas yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari proses pengolahan bahan baku hingga produk jadi yang sampai pada konsumen akhir. Proses *supply chain* dibagi menjadi tiga bagian, yaitu aliran barang dari hulu ke hilir, aliran finansial yang mengalir dari hilir ke hulu, dan aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya (Anwar, 2011).

Rantai pasokan atau rantai pengadaan adalah sistem yang dilalui organisasi bisnis untuk menyalurkan barang produksi atau jasa ke pelanggan. Mata rantai ini

juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan, yang mempunyai tujuan yang sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut. Konsep rantai pasokan merupakan konsep baru dalam melihat persoalan logistik. Konsep lama melihat logistik sebagai persoalan internal masing-masing perusahaan dan pemecahannya dititik beratkan pada pemecahan secara internal di perusahaan masing-masing. Dalam konsep baru masalah logistik dilihat sebagai masalah yang lebih luas yang terbentang sangat panjang dari bahan dasar sampai bahan jadi yang digunakan oleh konsumen akhir, yang merupakan mata rantai penyediaan barang (Indrajit, 2002).

Sistem rantai pasok produk pertanian secara alami dibentuk oleh para pelaku rantai pasok itu sendiri. Mekanisme rantai pasok produk pertanian di Negara berkembang seperti Indonesia didirikan dengan lemahnya produk pertanian dan komposisi pasar. Kedua hal tersebut akan menentukan kelangsungan mekanisme rantai pasok yang dapat bersifat tradisional maupun modern. Mekanisme tradisional dimulai sejak petani menjual produknya langsung ke pasar atau lewat tengkulak, dan selanjutnya tengkulak yang akan menjualnya ke pasar tradisional dan pasar swalayan. Mekanisme rantai pasok modern terbentuk oleh beberapa hal, antara lain untuk mengatasi kelemahan karakteristik dari produk pertanian, meningkatkan permintaan kebutuhan pelanggan akan produk yang berkualitas, dan memperluas pangsa pasar yang ada (Marimin dan Maghfiroh 2010).

Menurut Chopra (2001), tujuan yang hendak dicapai dari setiap rantai pasokan adalah untuk memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan.

Rantai suplai yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh rantai suplai tersebut. Dalam sebuah rantai pasokan, jaringan perusahaan-perusahaan secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk pemasok, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. Strategi rantai pasokan adalah kumpulan kegiatan dan aksi strategi di sepanjang rantai pasokan yang dibutuhkan pelanggan akhir dengan kemampuan sumber daya yang ada pada rantai pasokan tersebut (Pujawan, 2005). Strategi tidak bisa dilepaskan tujuan jangka panjang. Tujuan inilah yang diharapkan akan tercapai, untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka rantai pasokan harus bisa menyediakan produk murah, berkualitas, tepat waktu dan bervariasi.

Resiko terkait pengelolaan rantai pasok meliputi pemasok tidak dapat mengirimkan pasokan, kegagalan kualitas pemasok, permasalahan distribusi, keterlambatan atau kerusakan logistik, kehilangan atau penyimpangan informasi dan resiko eksternal lainnya (politik dan ekonomi, bencana alam serta pencurian perusakan). Pengelolaan rantai pasok secara sistematis perlu dilakukan agar integrasi jaringan distribusi memberikan kinerja yang efektif dan efisien (Heizer dan Render, 2015).

Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasok sebagai manajemen hubungan dari hulu hingga hilir (pemasok hingga konsumen) dalam rangka menyampaikan suatu nilai (entitas) secara efektif dan efisien. Secara keseluruhan manajemen rantai pasok tidak hanya berorientasi kepada urusan internal perusahaan tetapi juga mencakup

urusan eksternal yang menyangkut hubungan dengan perusahaan-perusahaan partner yang dimanifestasikan ke dalam bentuk kolaborasi dan koordinasi yang saling menguntungkan (Christopher, 1998).

Manajemen rantai pasok (SCM) merupakan berbagai tindakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian secara efisien semua kegiatan rantai pasok yang meliputi transportasi, pengolahan dan penyimpanan bahan baku, persediaan barang, serta sistem distribusi produk kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kepuasan pelanggan. Selain itu, keunggulan kompetitif dapat diperoleh dengan menambahkan nilai pada produk yang dihasilkan (Felea, 2013).

Ningsih (2011) menyatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan pasar agar sesuai dengan kebutuhan konsumen maka setiap rantai pasok harus memiliki kemampuan dalam pengoperasian aktivitas yang efisien, menciptakan kualitas yang baik, respon yang cepat, dan inovatif. Keputusan strategis terkait pengelolaan rantai pasok yang efisien diantaranya meliputi penentuan sistem informasi, penentuan produk yang akan dibuat dan disimpan, serta penentuan lokasi dan model transportasi.

Faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasok adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat antara jaringan mata rantai dengan pola pergerakan produk yang efektif, efisien, dan responsive terhadap perubahan permintaan sehingga menghasilkan kepuasan maksimal pada konsumen. Definisi lain menjelaskan bahwa SCM merupakan integrasi suatu kegiatan bisnis dari *end user* melalui *original supplier* (pihak penyedia layanan dan informasi yang menambah nilai bagi konsumen). Manajemen rantai pasok adalah kegiatan transformasi bahan baku menjadi produk

jadi yang kemudian diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistem distribusi. Tujuan utama dari strategi *supply chain* management (SCM) adalah merencanakan, mengatur, mengkoordinasi, dan mengontrol semua aktivitas *supply chain* (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan “kepuasan” bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi.

Efisiensi teknis berarti pengendalian fisik mencakup prosedur, teknis, besarnya (skala) operasi dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah mutu produk mengalami penurunan dan penghematan tenaga (Saefuddin, 2007). Sedangkan efisiensi ekonomis dapat diartikan sebagai pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya terendah yang dapat dilakukan dengan teknologi, keterampilan serta pengetahuan yang tersedia.

Efisiensi pemasaran operasional dapat didekati dengan biaya tataniagaan margin pemasaran sedangkan efisiensi harga diukur melalui keterpaduan pasar. Dalam kajian ini, efisiensi pemasaran cenderung menggunakan batasan efisiensi operasional yang didekati dengan biaya pemasaran dan margin pemasaran.

Soekartawi (2012) mengemukakan bahwa efisiensi pemasaran akan terjadi jika :

1. Biaya pemasaran bisa ditekan sehingga ada keuntungan.
2. Pemasaran dapat lebih tinggi.

3. Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.
4. Tersedianya fasilitas pemasaran.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang melakukan kegiatan pendistribusian produk dari produsen ke konsumen serta mempunyai hubungan satu sama lain. Sudiyono (2004) menyatakan bahwa lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul akibat adanya permintaan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa yang diharapkan pada komoditas tertentu, sesuai dengan waktu (*time utility*), tempat (*place utility*), dan bentuk (*form utility*).

Peran dari lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran sehingga barang dan jasa sampai ke tangan konsumen akhir dengan baik serta sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Keuntungan lembaga pemasaran diperoleh dari hasil pelaksanaan kegiatan pemasaran berupa margin sehingga keuntungan dalam proses atau kegiatan pemasaran dapat diketahui. Jasa yang diterima oleh lembaga pemasaran adalah keuntungan dari kegiatan pemasaran yang telah dijalankan dan peranan lembaga inilah yang pada umumnya menentukan bentuk dari saluran tataniaga (Winardi, 1989).

Chopra dan Meindl (2007) menjelaskan bahwa secara umum terdapat dua pola utama dalam rantai pasok suatu produk, yaitu pola horizontal dan pola vertikal. Rantai pasok secara horizontal meliputi (1) *supplier* (pemasok), (2)

manufacturer (pabrik pembuatan barang), (3) *distributor* (pedagang besar), (4) *retailer* (pengecer), (5) *customer* (pelanggan); sedangkan secara vertikal terdiri atas (1) *buyer* (pembeli), (2) *transporter* (pengangkut), (3) *warehouse* (penyimpan), dan (4) *seller* (penjual).

Menurut FAO (Food and Agriculture Organization of The United Nations) (2007) secara umum prinsip saluran distribusi produk pertanian yang berasal dari perusahaan pertanian (*agribusinesses farmers*) melewati empat rantai pemasaran yaitu (1) pemasaran langsung (*direct sales*), (2) pengecer (*retailer*), (3) grosir (*wholesaler*) dan (4) *agen dan broker*. Selain pemasaran secara langsung dari perusahaan pertanian ke lembaga pemasaran, dapat juga terjadi pemasaran berantai dari mulai agen dan broker kemudian ke grosir selanjutnya ke pengecer.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Penentuan saluran distribusi yang tepat merupakan strategi pemasaran dan tugas manajemen yang tidak mudah karena melibatkan struktur saluran distribusi yang bersifat dinamis dan cenderung berubah-ubah. Produsen dan prantara harus menyadari bahwa masing-masing komponen dari seluruh sistem organisasi yang dirancang untuk menciptakan maksimalisasi kegiatan pemasaran. Saluran pemasaran didefinisikan sebagai struktur unit organisasi dalam perusahaan yang terdiri dari penampung hasil, *agen/dealer*, dan pedagang produk yang berfungsi untuk : (1) mengetahui keberadaan suatu perusahaan dalam struktur pasar tertentu, (2) mengetahui pola permintaan yang dijual di pasar, (3) pola distribusi, (4) strategi pengendalian *input*

(penggunaan *input*), (5) strategi penetapan harga produk, (6) penentuan saluran pemasaran yang tepat (Hartono, 2012).

Pilihan saluran pemasaran merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam memasarkan produk. Saluran pemasaran yang berbeda memberikan tingkat keuntungan dan biaya yang berbeda pula. Selain itu, saluran pemasaran yang dipilih dan digunakan oleh pedagang dalam memasarkan komoditas daging sapi memiliki pengaruh terhadap keuntungan yang akan diterima, sehingga pedagang akan memilih saluran yang lebih menguntungkan baginya. Kemudahan dalam melakukan transaksi, harga jual, lokasi pemasaran, kualitas produksi dan ketersediaan informasi pasar seringkali menjadi pertimbangan utama bagi pedagang dalam memilih saluran pemasaran (Chalwe, 2011).

Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran, yaitu : (1) saluran komunikasi untuk menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli, (2) saluran distribusi untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan, dan (3) saluran layanan yang berguna untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli.

Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelitian Rachman (2016), meneliti tentang “Efisiensi Jaringan Distribusi Daging Sapi di Kota Bogor”. Tujuan penelitian adalah: (1) memetakan jaringan distribusi daging sapi di Kota Bogor; (2) menganalisis biaya transaksi, nilai tambah dan efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran daging sapi di Kota Bogor; (3) menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan saluran pemasaran pedagang daging sapi di Kota Bogor. Penelitian

dilakukan mulai dari bulan juni 2015 – oktober 2015. Metode Pengolahan dan analisis data pemetaan jaringan distribusi daging sapi di wilayah Kota Bogor dianalisis dengan metode Value Stream Mapping (VSM) (Hines et al. 1999). Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis (1) efisiensi pemasaran, (2) nilai tambah dalam rantai pasokan dan (3) biaya transaksi. Faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan saluran pemasaran yang dilakukan oleh pedagang daging sapi akan dianalisis dengan menggunakan regresi logistic biner. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data adalah Microsoft Excel 2010 dan SPSS 21. Hasil analisis menunjukkan terdapat 9 alternatif pilihan saluran pemasaran daging sapi di Kota Bogor. Sebagian besar pedagang daging sapi di Kota Bogor merupakan pedagang pengecer yang artinya saluran yang paling panjang merupakan saluran yang paling banyak lembaga pemasran terbukti menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tingginya harga jual daging sapi. Saluran pemasaran yang paling efisien dengan keuntungan dan nilai tambah tertinggi, serta biaya transaksi yang paling rendah adalah saluran 7 (Feedloter – PBDS 1 – Konsumen). Biaya transaksi pada distribusi daging sapi mulai dari RPH hingga sampai ke tangan konsumen hanya berkisar 3-5% dari total biaya. Biaya yang mendominasi adalah biaya untuk membeli bahan baku daging sapi (60%). Nilai tambah dan margin terbesar diperoleh PBDS 1 dan saluran yang banyak dipilih adalah saluran.

Menurut hasil penelitian Syakur (2017) meneliti tentang “Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pasokan daging

sapi. (2) menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan September – November 2016 di Kota Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) terdapat 3 aliran dalam rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi yang berjalan dengan optimal; (2) saluran distribusi daging sapi di Kota Surakarta adalah efisien berdasarkan nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,79%, margin pemasaran yang menguntungkan ($S_{ki} > S_{bi}$) sebesar Rp. 7.500 dan shared value yang proporsional sesuai dengan kontribusi yang diberikan setiap mata rantai; dan (3) rata-rata nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp. 70.551,18/kg atau 59,8% dari total output yang dihasilkan.

Menurut hasil penelitian Amirah (2015) meneliti tentang “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali Sampai Konsumen Akhir Di Kota Garut”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran tataniaga daging sapi dari Rumah Pemotongan Hewan (RPH) sampai konsumen akhir, kontribusi rantai pasok daging sapi dari Rumah Pemotongan Hewan dan struktur biaya dan margin dalam rantai pasok daging sapi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, yang telah dilakukan di Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali yang terletak di Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran rantai pasok daging sapi dimulai dari Rumah Pemotongan Hewan ke pedagang besar kemudian menuju pedagang pengecer dan konsumen, namun ada juga daging sapi yang dari pedagang besar langsung ke

konsumen. Biaya penjualan dari RPH ke pedagang besar berkisar Rp. 75.000,00 – Rp. 90.000,00. Margin yang diperoleh pedagang besar sebesar Rp. 7.000,00 – Rp. 11.000,00 dan pedagang pengecer sebesar Rp. 3.000,00 – Rp. 4.000,00. Margin keuntungan yang dikenakan kepada konsumen adalah sebesar 15% sehingga kisaran harga yang ada di lingkungan Pasar Ciawatali berkisar antara Rp. 110.000,00 – Rp. 115.000,00/kg.

Menurut hasil penelitian Embar (2014) meneliti tentang “Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi Di Kabupaten Jember”. Daging sapi merupakan salah satu produk pangan yang memiliki nilai gizi untuk memenuhi kebutuhan protein bagi masyarakat. Rantai pasokan atau *supply chain* daging sapi merupakan suatu konsep yang memiliki sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi dalam proses distribusi sapi potong hidup menjadi daging sapi. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pasokan daging sapi; (2) mengetahui tingkat efisiensi pemasaran. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analitik. Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dan snowball sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis efisiensi pemasaran, analisis dan margin pemasaran. Analisis nilai tambah dengan metode Hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) terdapat 3 aliran dalam rantai pasokan daging sapi di Kabupaten Jember yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi yang tidak berjalan dengan optimal; (2) saluran distribusi daging sapi di Kabupaten Jember adalah efisien berdasarkan nilai efisiensi pemasaran, margin

pemasaran yang menunjukkan ($S_{ki} > S_{bi}$) dan *shared value* yang proposional sesuai dengan kontribusi yang diberikan setiap mata rantai.

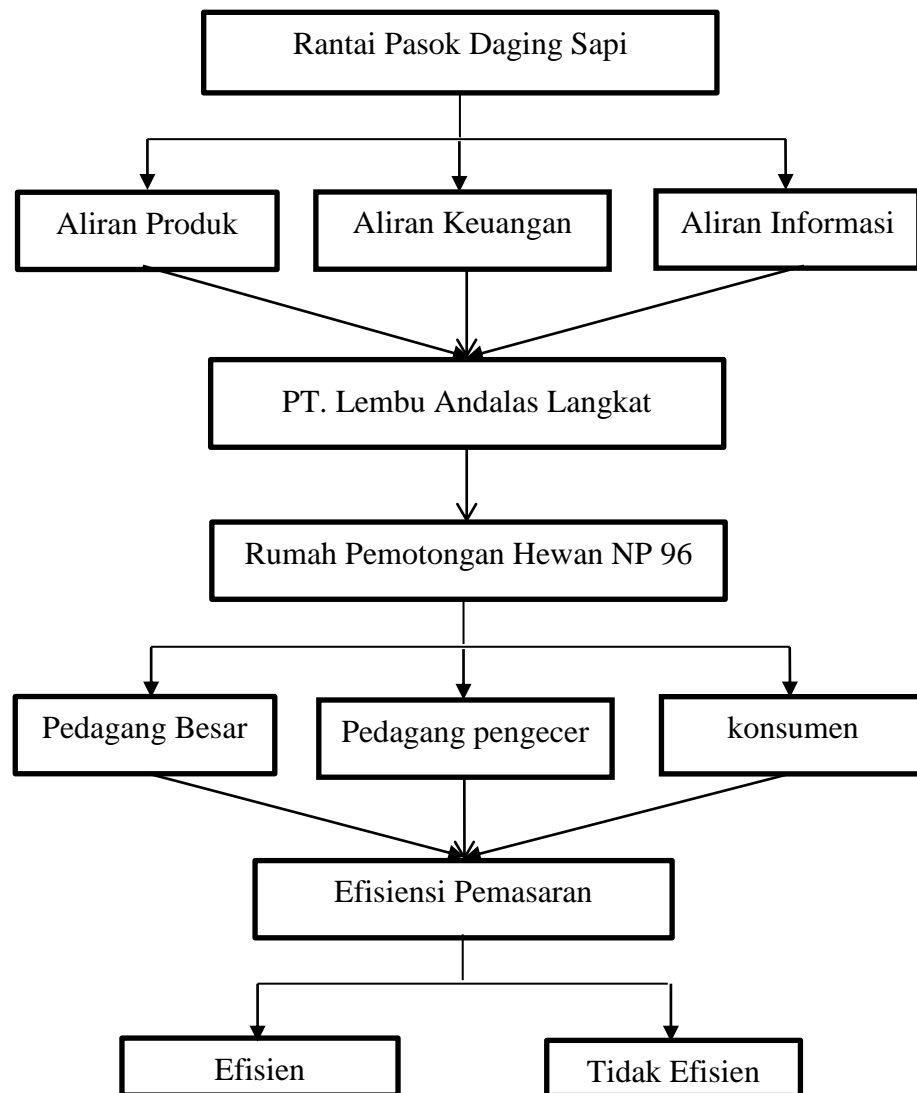
Menurut hasil penelitian Chalidin (2016) meneliti tentang “Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi pada Tingkat Rumah Tangga di Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan”. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui tingkat permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan. (3) Mengukur dan mengidentifikasi peranan elastisitas faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan. Permintaan daging sapi pada tingkat rumah tangga di Kelurahan Sei Sikambing B rata-rata mengkonsumsi daging sapi sebanyak 2,2 kg per bulan. Rumah tangga yang mengkonsumsi daging sapi terendah 0,5 kg/bulan dan paling banyak 8 kg/bulan. Hasil uji t diperoleh bahwa hanya variabel harga ikan, harga ayam potong, tingkat pendapatan rumah tangga, dan selera berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi dan signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

Kerangka Pemikiran

Daging sapi merupakan salah satu jenis daging yang menjadi sumber protein hewani yang cukup tinggi. Daging selain mengandung nutrisi yang baik bagi pertumbuhan seperti protein yang cukup tinggi serta asam amino esensial yang cukup tinggi dan berimbang, daging pun berkontribusi dalam memberikan sumber energi berupa lemak.

Daging sapi saat ini menjadi bahan pangan yang sangat digemari, sebagai penyedia protein hewani. Daging sapi dapat dinikmati hampir seluruh lapisan masyarakat. Pada rantai pasok daging sapi penelitian ini memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran finansial. Penyaluran daging sapi dari peternak kepada konsumen umumnya melalui rumah pemotongan hewan. Rumah pemotongan hewan yaitu berfungsi sebagai lembaga atau mata rantai pengolahan yang mentransformasikan daging sapi hidup menjadi daging sapi yang kemudian dapat didistribusikan ke rumah makan untuk melalui proses pengolahan lainnya, atau juga disampaikan langsung ke konsumen akhir. Aktifitas dalam rumah pemotongan hewan antara lain merubah input-input produksi berupa sapi hidup, modal, teknologi serta tenaga kerja menjadi output berupa daging sapi. proses yang dilakukan Rumah Pemotongan Hewan (RPH) adalah kegiatan pemotongan dan pembersihan serta pencucian untuk membersihkan kotoran yang terdapat pada sapi. kegiatan produksi dalam rumah potong dilakukan setiap hari untuk menghasilkan produk berupa daging sapi. produk tersebut menjadi stok atau persediaan yang kemudian akan dipasarkan. Keberadaan rumah potong hewan sangat didukung dengan adanya lembaga-lembaga yang saling bekerja sama dalam meny alurkan bahan baku berupa sapi hidup. Daging sapi yang diperoleh di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 ini berasal dari PT. Lembu Andalas Langkat. Jenis sapi potong yang dimasukkan ke Rumah Pemotongan Hewan NP 96 ini yaitu Brahmana Cross (BX). Lembaga-lembaga tersebut menjadi mata rantai yang terkoordinasi menjadi sebuah rantai pasok. Rantai pasok diartikan sebagai sekumpulan lembaga-lembaga sebagai mata rantai yang saling bekerjasama dalam mendistribusikan barang mulai dari subsektor hulu melalui subsektor hilir hingga

ke konsumen akhir. Oleh karena itu dapat disusun suatu kerangka pemikiran tentang Rantai Pasok Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan NP 96 sampai ke konsumen akhir sebagai berikut :



Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian membutuhkan suatu metode untuk memudahkan penulis dalam proses pengumpulan dan menampilkan data hasil penelitian yang dilakukan. Penggunaan metode dalam penelitian begitu penting karena berdampak terhadap kebutuhan suatu penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau kondisi daerah penelitian melalui kunjungan dan wawancara langsung untuk mengetahui bagaimana kondisi yang sebenarnya terjadi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan variabel yang lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Di Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal dan pasar Kampung Lalang. Lokasi ini ditentukan secara *purposive sampling* (sengaja). Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Di Kecamatan Sunggal khususnya Di Desa Tanjung Gusta memiliki Rumah Pematangan Hewan (RPH) NP 96 yang memiliki skala cukup besar dalam jumlah pematangan ternak sapi potong yang berperan dalam penyedia kebutuhan daging masyarakat di Kecamatan Sunggal dan Rumah Pematangan Hewan (RPH) NP 96 di Desa

Tanjung Gusta merupakan unit pelayanan publik memiliki fungsi teknis, ekonomis dan sosial dalam pemotongan hewan di Desa Tanjung Gusta.

Metode Penarikan Sampel

Penarikan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling*. Menurut sugiyono (2010) Teknik snowball sampling adalah sebagai teknik penentuan sample yang mula-mula jumlahnya kecil sampai jumlahnya banyak. Pada penelitian ini penarikan sampelnya dilakukan dengan cara yaitu mengikuti alur pemasaran dari produsen hingga produk sampai ke konsumen akhir.

Berdasarkan pra survei diketahui bahwa sebagai sampel di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 yaitu 1 orang pemilik usaha. Di PT. Lembu Andalas Langkat sebagai sampel yaitu 1 orang manajer pemasaran. Jumlah pedagang besar yaitu 4 orang sebagai sampel. Banyak pedagang pengecer yaitu 4 orang sebagai sampel. Sampel untuk konsumen diambil sampel 20 orang. Maka jumlah sampel pada penelitian ini yaitu, 1 orang pemilik usaha RPH NP 96, 1 orang manajer pemasaran PT. Lembu Andalas Langkat, 4 orang pedagang besar, 4 orang pedagang pengecer dan 20 orang konsumen.

Metode Pengambilan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan wawancara langsung dan pengisian kuisisioner dengan pihak Rumah Potong Hewan (RPH) di Desa Tanjung Gusta, pedagang besar daging sapi, pedagang pengecer daging sapi dan terakhir konsumen daging sapi di Pasar Kampung Lalang Kecamatan Sunggal.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi terkait yaitu, Badan Pusat Statistik, jurnal-jurnal penelitian, literature dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah pertama dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yang dilakukan adalah untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang rantai pasok daging sapi di Rumah Potong Hewan NP 96 Desa Tanjung Gusta sampai ke konsumen agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Menurut sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Untuk menjawab rumusan masalah kedua dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif adalah suatu cara pengolahan data yang dilakukan dengan jalan menyusun secara sistematis dalam bentuk angka-angka atau persentase, mengenai suatu objek yang diteliti, sehingga diperoleh kesimpulan umum (Agung, 2012).

Menurut Soekartawi 2002, adapun untuk menghitung efisiensi pemasaran di daerah penelitian sebagai berikut:

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\%$$

Adapun kriteria nilai efisiensi pemasaran sebagai berikut:

- Nilai efisiensi pemasaran <50% maka pemasaran efisien.
- Nilai efisiensi pemasaran >50% maka pemasaran tidak efisien.
- Nilai efisiensi pemasaran =50% maka pemasaran tersebut efisien.

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi

1. Daging sapi merupakan bahan makanan yang penting dalam memenuhi kebutuhan gizi. Selain mutu protein yang tinggi, pada daging sapi terdapat kandungan asam amino yang lengkap dan seimbang.
2. Rumah Pemotongan Hewan (RPH) merupakan tempat para pedagang besar (pengusaha) melakukan pemotongan pada sapi hidup mereka untuk dijual kepada pedagang pengecer.
3. Rantai pasokan atau rantai pengadaan adalah sistem yang dilalui organisasi bisnis untuk menyalurkan barang produksi atau jasa ke pelanggan.
4. Efisiensi pemasaran adalah bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan “kepuasan” bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat.
5. Lembaga dan saluran distribusi adalah saluran pemasaran (*marketing channel*) adalah jejak penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir, badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain.
6. Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.
7. Pedagang besar adalah pemilik daging sapi yang dipotong di Rumah Pemotongan Hewan Desa Tanjung Gusta dan menjual ke pedagang pengecer maupun konsumen langsung.

8. Pedagang pengecer adalah pedagang pengecer yang membeli daging sapi dari pedagang besar (pengusaha) untuk dijual langsung kepada konsumen.
9. Konsumen adalah orang yang secara langsung mengonsumsi daging sapi, baik bagi kepentingan diri sendiri.

Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian adalah di Rumah Pemotongan Hewan (RPH) dan Pasar Kampung Lalang Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang.
2. Penelitian dilakukan tahun 2021

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah Penelitian

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pelaksanaan sebuah penelitian. Daerah yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian harus memiliki kondisi yang sesuai dengan variabel penelitian.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini dilakukan di Rumah Pemotongan Hewan NP 96. Rumah Pemotongan Hewan (RPH) NP 96 ini didirikan pada tahun 2006 dan mulai beroperasi pada tahun 2007 sampai sekarang ini. Rumah Pemotongan Hewan NP 96 ini adalah badan usaha milik swasta. Lokasi penelitian ini berada di Jalan Impres Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. Rumah Pemotongan Hewan ini memiliki luas bangunan 70 x 185 meter atau 1,3 Ha. RPH NP 96 ini merupakan tempat penyediaan jasa pemotongan, pengandangan dan pemeriksaan kesehatan hewan ternak. Setiap hari RPH NP 96 ini mampu melayani pemotongan sapi sebanyak 25 ekor/hari. Sebelum dilakukan penyembelihan, hewan tersebut dikandangan dan diberi makan selama ± 12 jam. Penyembelihan sapi dilakukan pada malam hari mulai dari jam 12 sampai jam 2 pagi. Secara geografis adapun batasan wilayah Rumah Pemotongan Hewan NP 96 adalah sebagai berikut::

- Sebelah utara berbatasan dengan Kantor Desa Tanjung Gusta
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Sungai
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kuburan
- Sebelah Timur berbatasan dengan Rumah Warga

Keadaan Penduduk Daerah Penelitian

Penduduk Desa Tanjung Gusta memiliki 35.786 jiwa penduduk dengan 7.257 kepala keluarga yang mayoritas adalah suku Jawa dan Batak. Sebagian besar penduduk Desa Tanjung Gusta bermata pencarian sebagai kontruksi bangunan dan pedagang.

Tabel 3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Dusun

No	Nama Dusun	Kepala Keluarga	Jumlah Penduduk Laki-Laki	Jumlah Penduduk Perempuan
1.	Dusun I	413	624	639
2.	Dusun II Timur	679	1.320	1.525
3.	Dusun II Barat	1.290	1.718	1.801
4.	Dusun III	612	2.326	2.543
5.	Dusun IV Timur A	718	1.663	1.927
6.	Dusun IV Timur B	659	1.655	1.640
7.	Dusun IV Barat A	759	2.046	1.868
8.	Dusun IV Barat B	984	3.476	3.297
9.	Dusun V	827	1.900	2.235
10.	Dusun VI	316	977	606
	Total	7.257	17.705	18.081

Sumber : Desa Tanjung Gusta, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 7.257 KK. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 17.705 orang dan jumlah penduduk perempuan 18.081 orang.

Tabel 4. Distribusi Mata Pencarian Pokok Penduduk

No.	Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan
1.	Belum Bekerja	654	948
2.	Pelajar	2.278	3.408
3.	Ibu Rumah Tangga	0	3.652
4.	Karyawan Perusahaan Swasta	1.598	1.215
5.	Petani	1.054	1.194
6.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	1.302	1.722
7.	Buruh Tani	469	678
8.	Pedagang	3.041	5.216
9.	Satpam/Security	659	15
10.	Konstruksi Bangunan	6.643	0
11.	Dokter	7	5
12.	Bidan Swasta	0	10
	Jumlah	17.705	18.081

Sumber : Desa Tanjung Gusta, 2021

Dari data di atas dapat kita lihat mayoritas penduduk desa Tanjung Gusta adalah pedagang dan kontruksi bangunan.

Sarana dan Prasarana Umum

Setiap perusahaan memiliki sarana dan prasarana yang berbeda-beda antara satu sama lain. Sarana yang ada disesuaikan dengan topografi perusahaan. Tingkat perkembangan sebuah perusahaan dapat diukur dengan kondisi sarana dan prasarana yang ada. Karena sarana dan prasarana tersebut laju pertumbuhan perusahaan, baik dari sector perekonomian perusahaan maupun yang lain.

Sarana dan prasarana akan mempengaruhi kemajuan perusahaan tersebut. Jika sarana dan prasarana perusahaan memadai, maka akan membantu mempercepat perkembangan perusahaan tersebut. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Rumah Pemotongan Hewan NP 96:

Tabel 5. Sarana dan Prasarana Rumah Pemotongan Hewan NP 96.

No.	Uraian	Jumlah
1.	Kantor Pengolahan	1
2.	Gudang	1
3.	Kandang Sapi	6
4.	Tempat Pemotongan	2
5.	Area Parkir	2
6.	Toilet	2
7.	Tempat Pembuangan Sampah	2
8.	Drainase	3
9.	Mushollah	1
10.	Pos Satpam	1
Jumlah		21

Sumber : Rumah Pemotongan Hewan NP 96, 2021.

Karakteristik Responden

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini

adalah pemilik RPH NP 96, Manajer Pemasaran PT. Lembu Andalas Langkat, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer dan Konsumen.

Karakteristik sampel menggambarkan kondisi serta status masyarakat di Daerah penelitian, karakteristik sampel dalam penelitian ini dibedakan menjadi beberapa golongan antara lain: Usia, Pendidikan dan Tanggungan. Berikut ini penjelasan lebih rinci mengenai karakteristik sampel:

Tabel 6. Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentasi (%)
25 – 29	5	16,67 %
30 – 34	1	3,33 %
35 – 39	5	16,67 %
40 – 44	7	23,33 %
45 – 49	4	13,33 %
50 – 54	5	16,67 %
55 – 59	2	6,67 %
>60	1	3,33 %
Total	30	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa usia setiap responden sampel paling besar yaitu pada usia 40 – 44 tahun sebanyak 7 orang dengan persentasi sebesar 23,33 %.

Tabel 7. Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentasi (%)
Tidak Sekolah	-	-
SD	3	10 %
SMP	4	13,33 %
SMA	20	66,67 %
D3/S1/S2	3	10 %
Total	30	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan setiap responden sampel paling besar yaitu pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 20 orang dengan persentasi sebesar 66,67 %.

Tabel 8. Karakteristik Sampel Berdasarkan Tanggungan

Tanggungan	Jumlah (Orang)	Persentasi (%)
-	2	6,67 %
1	8	26,67 %
2	6	20 %
3	11	36,66 %
4	3	10 %
Total	30	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tanggungan setiap responden sampel paling besar yaitu pada tanggungan 3 orang sebanyak 11 orang dengan persentasi sebesar 36,66 %.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96

Saluran rantai pasokan atau *supply chain* adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir (Pujawa, 2017).

Adapun lembaga yang berperan dalam rantai pemasokan daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 adalah sebagai berikut:

1. PT. Lembu Andalas Langkat

PT. Lembu Andalas Langkat merupakan perusahaan swasta yang berbentuk perseroan terbatas (PT) dengan spesifikasi usaha penggemukan dan perdagangan sapi potong yang sehat dan terbaik di Indonesia dengan kualitas standar yang tinggi. Sapi potong yang digunakan untuk pembibitan dan budidaya berasal dari Australia yaitu jenis *Brahman Cross* (BX). Selain jenis *Brahman Cross* (BX), jenis sapi yang dipelihara yaitu *Charalois*, *Charbray*, *Santa Gertudi*, *Draoughmaster* dan *Spanish Fighting Bull*. Sapi potong yang diperdagangkan yaitu sapi potong jenis *Brahman Cross* (BX) dan sistem kerja sama yang dilakukan mereka dengan RPH yaitu DO (Delivery Order). DO (Delivery Order) adalah sebuah dokumen yang berperan sebagai surat perintah penyerahan barang yang telah dipesan dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli yang ditujukan kepada bagian gudang sebuah perusahaan. dan Penyembelihan sapi potongnya harus di Rumah Pemotongan Hewan terlebih dulu karena sudah ketentuannya dan sudah ada Undang-undang yang mengaturnya.

2. Rumah Pemotongan Hewan NP 96

Rumah Pemotongan Hewan NP 96 merupakan badan usaha milik swasta yang dalam melaksanakan tugas pokoknya bergerak dibidang pengolahan jasa pemotongan hewan dan usaha pengadaan/penyaluran daging sapi yang halal, sehat dan bermutu. RPH ini juga melakukan kegiatan transaksi jual beli daging sapi ke pedagang besar.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar langsung dari produsennya untuk dijual lagi kepada pedagang pengecer. Dalam kasus ini pedagang besar merupakan pemilik sapi hidup yang menitipkan sapi tersebut di RPH untuk dipotong setiap hari dan sebagian ada yang memperoleh daging sapi dari RPH untuk menyalurkannya kepada pedagang pengecer. Jumlah pedagang besar (pengusaha) pada penelitian ini sebanyak 4 pedagang besar (Pengusaha) yang terdapat di Pasar Kampung Lalang dan Pasar Sei Sikambing. Dalam proses pemasaran pedagang besar melakukan fungsi pemasaran yaitu fungsi pembelian dan kemudian melakukan fungsi selanjutnya yaitu fungsi penjualan daging sapi ke pedagang pengecer.

4. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pedagang pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran sangat tergantung dengan aktivitas pengecer dalam menjual produk ke konsumen. Dalam penelitian ini pedagang pengecer daging sapi berjumlah 4 orang yang berdagang di Pasar

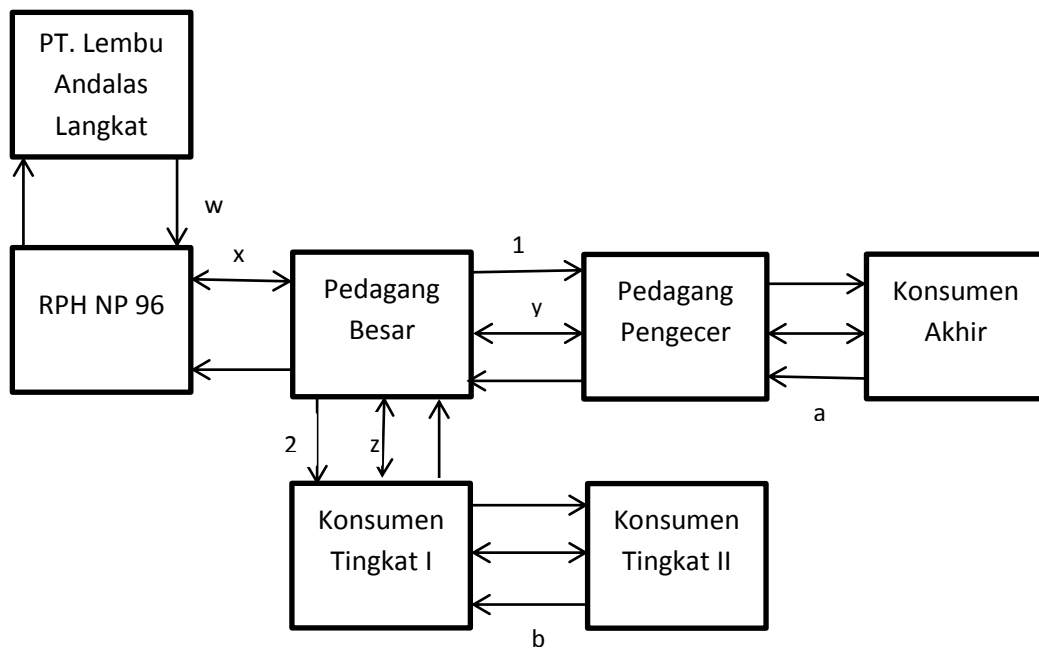
Kampung Lalang dan Pasar Sei Sikambing. Pada umumnya pedagang pengecer daging sapi membeli dalam jumlah kecil dari pedagang besar (Pengusaha) yang telah menjadi langganan pedagang pengecer tersebut.

5. Konsumen

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen pada penelitian ini rata-rata ibu rumah tangga dan pedagang olahan daging sapi yang menjadi responden. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 20 orang konsumen yang datang membeli daging sapi di Pasar Kampung Lalang dan Pasar Sei Sikambing.

Pola Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96

Pola rantai pasok daging sapi ini menunjukkan ada tiga aliran yang ada dalam pola tersebut yaitu berupa aliran produk, aliran keuangan (finansial) dan aliran informasi. Aliran produk mengalir dari hulu hingga hilir yaitu dari PT. Lembu Andalas Langkat hingga konsumen daging sapi. Aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen akhir daging sapi ke PT. Lembu Andalas Langkat. Aliran informasi mengalir pada mata rantai secara timbal balik. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Emhar et al., (2014) di Kabupaten Jember bahwa rantai pasokan daging sapi memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Aliran produk mengalir dari peternak hingga konsumen akhir daging sapi. Aliran keuangan mengalir dari konsumen akhir daging sapi ke peternak, sedangkan aliran informasi mengalir dua arah dari peternak ke konsumen akhir daging sapi.



Gambar 2. Pola Saluran dalam Rantai Pasokan Daging Sapi

Keterangan :

$1, 2$: Aliran Produk (1, 2)

a, b : Aliran Keuangan (a, b)

w, x, y, z : Aliran Informasi (w, x, y, z)

Konsumen Akhir : Konsumen daging sapi segar

Konsumen Tingkat I : Pedagang pengolah

Konsumen Tingkat II : Konsumen hasil olahan daging sapi

Hasil penelitian yang ditunjukkan pada gambar 1, terdapat tiga macam aliran yang menggambarkan rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96. Aliran pertama adalah aliran produk (barang) yang mengalir dari hulu ke hilir, kedua aliran keuangan (finansial) yang mengalir dari hilir ke hulu dan ketiga adalah aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Struktur rantai pasok melibatkan anggota rantai pasok, setiap anggota rantai pasok melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Anggota rantai pasok yang

dimaksud adalah para pelaku yang bergabung dan memiliki peran didalam rantai pasok daging sapi.

Aliran Produk

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 2 pola saluran pada aliran produk. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu : (1) pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir dan (2) pedagang besar – konsumen tingkat I – Konsumen tingkat II. Sesuai dengan pernyataan Wibawa *et al.*, (2015) bahwa aliran produk mengalir dari hulu ke hilir.

Saluran 1, aliran produk pada saluran 1 dimulai dari pedagang besar selaku penyedia daging sapi, kemudian pedagang besar memotong sapihnya melalui RPH, rata-rata 1 ekor sapi tergantung permintaan pasar. Kemudian RPH melakukan fungsi-fungsinya seperti pengawasan dan pemeriksaan daging sapi yang dipotong setiap pagi harinya. Kemudian daging sapi didistribusikan oleh pedagang besar ke konsumen melalui pedagang pengecer di pasar kampung lalang dan pasar sei sikambing . total daging sapi yang diperoleh pedagang besar dari RPH sebesar 180kg. pedagang pengecer melakukan pembelian langsung dari pedagang besar yang ada di pasar kampung lalang dan sei sikambing dengan volume rata-rata pembelian 70 kg/hari.

Saluran 2, RPH dan pedagang besar melakukan fungsi-fungsinya seperti pada saluran 1. Saluran 2 dibedakan dengan pedagang besar yang mendistribusikan daging sapihnya ke konsumen tingkat I yaitu pedagang olahan. Konsumen tingkat I ini membeli daging sapi dari pedagang besar dengan rata-rata pembelian 2-3 kg.

Aliran Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 2 pola saluran pada aliran keuangan. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu (a) konsumen akhir – pedagang pengecer – pedagang besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat dan (b) konsumen tingkat II – konsumen tingkat I – Pedagang Besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat. Sesuai dengan pernyataan Wibawa *et al.*, (2015) bahwa aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu.

Aliran keuangan pada saluran a, uang mengalir dari konsumen akhir kemudian pedagang pengecer, pedagang besar, RPH dan terakhir PT. Lembu Andalas Langkat. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam rantai pasok dengan cara pembayaran tunai dan ada yang membayar dengan cara pesan barang kemudian diantar dan langsung bayar. Pihak RPH membeli sapi potong di PT. Lembu Andalas Langkat dengan harga Rp. 19.000.000 – 24.000.000,-/ekor. Pedagang besar membeli daging sapi di RPH dengan harga rata-rata sebesar Rp. 110.000,-/kg dan menjual kembali kepada pedagang pengecer dengan harga rata-rata sebesar Rp. 120.000,-/kg. kemudian pedagang pengecer menjual kembali daging sapi tersebut kepada konsumen dengan harga rata-rata sebesar Rp. 125.000,-/kg

Aliran keuangan pada saluran b, uang mengalir dari konsumen tingkat II kemudian konsumen tingkat I, pedagang besar, RPH dan yang terakhir sampai ke PT. Lembu Andalas Langkat. Konsumen tingkat I langsung membeli daging sapi kepada pedagang besar dengan sistem pembayaran cash/tunai. Pihak RPH membeli sapi potong di PT. Lembu Andalas Langkat dengan harga Rp. 19.000.000 – 24.000.000,-/ekor. Pedagang besar membeli daging sapi di RPH

dengan harga rata-rata sebesar Rp. 110.000,-/kg. kemudian pedagang besar menjual langsung daging sapi tersebut kepada konsumen dengan harga rata-rata sebesar Rp. 120.000,-/kg. konsumen yang dimaksud pada saluran b ini yaitu konsumen khusus pedagang pengolahan daging sapi.

Aliran Informasi

Aliran informasi yang terjadi di semua saluran berjalan dengan dua arah dari hilir ke hulu dan hulu ke hilir (Wibawa *et al.*, 2015). Aliran informasi yang berjalan antar lembaga pemasaran daging sapi adalah informasi terkait pemasok, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi dan harga pasar. Informasi terkait suplayer, pemasok sapi potong di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 yaitu PT. Lembu Andalas Langkat. Kemudian sapi potong tersebut diantar oleh PT. Lembu Andalas Langkat ke RPH menggunakan mobil truk. lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi mengalir diantara RPH dan pedagang besar selaku produsen daging sapi. Sedangkan informasi terkait harga pasar mengalir dari pedagang pengecer di Pasar Kampung Lalang dan Pasar Sei Sikambing dan pedagang olahan daging ke pedagang besar dan sebaliknya.

Efisiensi Pemasaran Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96

Analisis Efisiensi Pemasaran Daging Sapi pada Rantai Pasok I

1. Rumah Pemotongan Hewan NP 96

RPH menjual daging sapi ke pedagang besar dengan harga Rp. 110.000,-/kg. para pedagang di pasar baik pedagang besar maupun pedagang pengecer, yang menetapkan harga daging sapi yaitu pedagang besar. Pedagang besar menjual daging sapi dengan harga Rp. 120.000,-/kg kepada pedagang pengecer.

Berdasarkan penelitian ini, proses pemasaran daging sapi dimulai dari RPH NP 96 kemudian disalurkan ke pedagang besar, selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer dan terakhir sampai ke tangan konsumen.

2. Pedagang Besar

Dalam proses pengadaan daging sapi pedagang besar dengan cara yaitu menitipkan sapi potong yang akan disembelih di Rumah Pemotongan Hewan NP 96. Daging sapi yang telah disembelih akan disalurkan kembali ke pedagang pengecer yang telah menjadi pedagang tetap yang berada di pasar kampung lalang dan pasar sei sikambang. Adapun harga daging sapi tersebut adalah Rp. 120.000,-/kg. kemudian pedagang besar memasarkan atau menjual daging sapi kepada pedagang pengecer yang berada di pasar kampung lalang dan pasar sei sikambang. Dalam proses pemasaran daging sapi pedagang besar menggunakan biaya pemasaran antara lain timbangan, kantong plastik, tenaga kerja, pengandangan, kesehatan dan upah potong. Untuk rincian biaya lebih lengkap dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian

No. sampel	Jumlah sapi yang disembelih (ekor)	Jumlah daging sapi yang diperoleh (Rp/kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Biaya Pemasaran						Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
				Timbangan (Rp/kg)	Kantong plastik HDPE (Rp/kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Pengandangan (Rp/kg)	Kesehatan (Rp/kg)	Upah potong (Rp/kg)	
1.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
2.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
3.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
4.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
Total	4	720	440.000	6.000	600	2.666,8	222	311,2	6.000	15.800
Rata-rata	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.5000	3.950

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keempat responden pedagang besar sebesar Rp. 15.800,-/kg dengan rata-rata

sebesar Rp. 3.950,-/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar meliputi biaya timbangan dengan total Rp. 6.000,-/kg dengan rata-rata Rp. 1.500,-/kg, biaya kantong plastik HDPE dengan ukuran 40 cm dari keempat sampel dengan total Rp. 600,-/kg dengan rata-rata Rp. 150,-/kg, biaya tenaga kerja dengan total Rp. 2.666,8,-/kg dengan rata-rata Rp. 666,7,-/kg, biaya pengandangan dengan total sebesar Rp. 222,-/kg/ pedagang besar dengan rata-rata sebesar Rp. 55,5,-/kg, biaya kesehatan dengan total sebesar Rp. 311,2,-/kg/pedagang besar dengan rata-rata sebesar Rp. 77,8,-/kg dan biaya upah potong dengan total sebesar Rp. 6.000,-/kg/pedagang besar dengan rata-rata sebesar Rp. 1.500,-/kg.

3. Pedagang Pengecer

Pada umumnya pedagang pengecer membeli daging sapi dari pedagang besar yang sudah menjadi langganan, harga dari pedagang besar tersebut adalah Rp. 120.000,-/kg. kemudian pedagang pengecer memasarkan daging sapi kepada konsumen dengan harga Rp. 125.000,-/kg.

Hukum ekonomi penawaran menyatakan bahwa bila tingkat harga mengalami kenaikan maka semakin banyak jumlah barang yang bersedia ditawarkan. Sebaliknya, bila tingkat harga mengalami penurunan maka semakin sedikit jumlah barang yang bersedia ditawarkan. Namun pada penelitian ini berdasarkan data pedagang besar tidak terjadi hukum penawaran tersebut. Dimana ketika harga daging sapi naik maupun harga daging sapi mengalami penurunan jumlah sapi yang disembelih tetap, kecuali hari-hari besar.

Tabel 10. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian

No. Sampel	Jumlah Daging yang Dibeli (Rp/kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Biaya Pemasaran		Biaya Transportasi (Rp/kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
			Timbangan (Rp/kg)	Kantong plastik HDPE (Rp/kg)		
1.	60	120.000	150	240	1.200	1.590
2.	70	120.000	150	240	1.200	1.590
3.	70	120.000	150	240	1.200	1.590
4.	80	120.000	150	240	1.200	1.590
Total	280	480.000	600	960	4.800	6.360
Rata-rata	70	120.000	150	240	1.200	1.590

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keempat responden pedagang pengecer dengan total sebesar Rp. 6.360,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 1.590,-/kg. Biaya pemasaran yang dibutuhkan pedagang pengecer antara lain: biaya timbangan dengan total sebesar Rp. 600,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 150,-/kg, biaya kantong plastik HDPE dengan total sebesar Rp. 960,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 240,-/kg dan biaya transportasi dengan total sebesar Rp. 4800,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 1.200,-/kg.

4. Konsumen

Konsumen adalah semua pihak baik individu dan rumah tangga yang membeli dan mengonsumsi daging sapi untuk memenuhi kebutuhan pangan hidupnya. Konsumen dalam penelitian ini yang sebagai sampel responden sebagian besar ibu rumah tangga dengan rata-rata berumur 40an tahun. Konsumen dalam penelitian ini rata-rata memiliki penghasilan/pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000.

Tabel 11. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Konsumen Daging Sapi dalam Satu Kali Pembelian

No. Sampel	Volume Daging yang Dibeli (kg)	Harga Beli Tingkat Konsumen (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)
1.	½	125.000	10.000
2.	1	125.000	10.000
3.	1	125.000	8.000
4.	1	125.000	8.000
5.	1	125.000	10.000
6.	½	125.000	10.000
7.	½	125.000	8.000
8.	½	125.000	10.000
9.	½	125.000	8.000
10.	½	125.000	8.000
Total	7	1.250.000	90.000
Rata-rata	1	125.000	9.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa total harga beli tingkat konsumen yang dikeluarkan oleh sepuluh responden dalam satu kali pembelian sebesar Rp. 1.250.000,- dengan rata-rata sebesar Rp. 125.000,-/kg. Biaya pemasaran yang dibutuhkan konsumen dalam satu kali pembelian meliputi biaya harga beli daging sapi dengan total sebesar Rp. 1.250.000,- dengan rata-rata harga beli Rp. 125.000,-/kg dan total biaya transportasi yang dibutuhkan sebesar Rp. 90.000,- dengan rata-rata sebesar Rp. 9.000,-/kg.

Analisis efisiensi pemasaran adalah jumlah biaya pemasaran dibagi dengan harga produk yang dipasarkan kemudian dikalikan dengan 100%. Apabila nilai efisiensi pemasarannya di bawah 50% maka saluran pemasarannya dapat dikatakan efisien, dan apabila nilai efisiensi pemasarannya di atas 50% maka saluran pemasarannya dapat dikatakan tidak efisien.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran daging sapi pada penelitian ini, berdasarkan perhitungan dapat dilihat dari data yang sudah diambil dan diolah sebagai berikut:

1. Pedagang Besar

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{nilai Akhir Produk}} \times 100 \%$$

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Rp.3.950}}{\text{Rp.120.000}} \times 100 \% = 0,033 \%$$

2. Pedagang Pengecer

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{nilai Akhir Produk}} \times 100 \%$$

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Rp.1.590}}{\text{Rp.125.000}} \times 100 \% = 0,0127 \%$$

Berdasarkan perhitungan efisiensi pemasaran di atas dapat dilihat ditingkat lembaga pedagang besar memiliki efisiensi pemasaran sebesar 0,033%. Sedangkan untuk tingkat lembaga pedagang pengecer memiliki efisiensi pemasaran sebesar 0,0127%.

Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa Efisiensi saluran pemasaran di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 pada rantai pasok I dapat dilihat sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{nilai Akhir Produk}} \times 100 \%$$

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Rp.1.590}}{\text{Rp.125.000}} \times 100 \% = 0,0127 \%$$

Rantai pasok I menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran yaitu 0,0127% yang artinya nilai efisiensinya lebih kecil dari 50% sehingga pada rantai pasok I dapat dikatakan efisien. Karena dilihat dari saluran pemasaran dari pedagang pengecer ke konsumen lebih kecil nilai efisiensinya.

Analisis Efisiensi Pemasaran Daging Sapi pada Rantai Pasok II

1. Pedagang Besar

Pada rantai pasok II ini konsumen melakukan pembelian langsung daging sapi kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengecer untuk

meminimalkan harga beli daging sapi dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Rincian biaya yang dikeluarkan pedagang besar dalam pemasaran daging sapi pada rantai pasok II dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 12. Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar

No. sampel	Jumlah sapi yang disembelih (ekor)	Jumlah daging sapi yang diperoleh (kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Biaya Pemasaran					Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
				Timbangan (Rp/kg)	Kantong plastik HDPE (Rp/kg)	Pengandangan (Rp/kg)	Kesehatan (Rp/kg)	Upah potong (Rp/kg)	
1.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
2.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
3.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
4.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
Total	4	720	440.000	6.000	600	222	311,2	6.000	13.133,2
Rata-rata	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keempat pedagang besar meliputi biaya timbang, biaya kantong plastic HDPE, biaya pengandangan, biaya kesehatan dan biaya upah potong. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh keempat pedagang besar ini yaitu sebesar Rp. 13.133,2,-/kg dengan rata-rata biaya pemasaran sebesar Rp. 3.283,3,-/kg/pedagang besar. Biaya timbangan dengan total sebesar 6.000,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 1.500/kg/pedagang, biaya kantong plastic HDPE dengan total Rp. 600,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 150,-/kg/pedagang besar, biaya pengandangan dengan total sebesar Rp. 222,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 55,5,-/kg/pedagang besar, biaya kesehatan dengan total sebesar Rp. 311,2,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 77,8,-/kg/pedagang besar dan biaya upah potong dengan total sebesar Rp. 6.000,-/kg dengan rata-rata sebesar Rp. 1.500,-/kg/pedagang besar.

2. Konsumen

Konsumen yang membeli daging sapi langsung ke pedagang besar yang merupakan Pedagang yang berusia 40an tahun dengan pembelian daging sapi rata-rata sebanyak 2,5 kg. namun pada rantai pasok II ini konsumen lebih didominasi pada pedagang olahan makanan yang berbahan dada daging sapi, untuk data jumlah daging sapi yang dibeli, harga ditingkat konsumen dan biaya transportasi yang dikeluarkan dalam pembelian daging sapi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 13. Jumlah Pembelian, Harga Dan Biaya Tingkat Konsumen

No. Sampel	Jumlah Daging yang Dibeli (kg)	Harga Beli Tingkat Konsumen (Rp/kg)	Biaya transportasi (Rp)	Biaya Total Pembelian (Rp/kg)
1.	3	120.000	8.000	128.000
2.	2	120.000	8.000	128.000
3.	2	120.000	7.000	127.000
4.	3	120.000	8.000	128.000
Total	10	480.000	31.000	511.000
Rata-rata	2,5	120.000	7.750	127.750

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dapat dilihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa total biaya pembelian daging sapi yang dikeluarkan oleh konsumen sebesar Rp. 511.000,- dengan rata-rata biaya pembeliannya yaitu sebesar Rp. 127.750,-/konsumen. Jumlah daging sapi yang dibeli oleh konsumen dengan total sebanyak 10 kg dan rata-rata pembelian daging sapi sebanyak 2,5 kg. harga beli daging sapi pada tingkat konsumen ini sebesar Rp. 120.000,-/kg. biaya transportasi yang dikeluarkan totalnya sebesar Rp. 31.000,- dengan rata-rata sebesar Rp. 7.750,-/kg/konsumen.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran daging sapi pada penelitian ini, berdasarkan perhitungan dapat dilihat dari data yang sudah diambil dan diolah sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{nilai Akhir Produk}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{Rp.3.283,3}}{\text{Rp.120.000}} \times 100 \% \\ &= 0,027\%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dilihat rantai pasok II menunjukkan bahwa nilai efisiensi yaitu 0,027% yang artinya nilai efisiensi ini lebih kecil dari 50% sehingga pada rantai pasok II ini dapat dikatakan efisien.

Meskipun dari hasil penelitian yang telah dilakukan mendapatkan nilai efisiensi pemasaran daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 adalah efisien, namun terdapat masalah di Rumah Pemotongan Hewan yaitu berkurangnya pemasok sapi hidup dari luar lokal seperti sapi Australia yang disebabkan oleh kondisi pandemi saat ini sehingga menyebabkan kurangnya sapi impor. Dengan terjadinya masalah ini menyebabkan harga daging sapi mengalami kenaikan baik dihari-hari biasa ataupun hari-hari besar dan hal lain yang terjadi pada pedagang daging sapi yaitu biaya tak terduga seperti pungli dan lain-lain. Dalam penelitian ini lokasi pasar yang dimaksud adalah pasar kampung lalang dan pasar sei sikambing. Menurut pengakuan pedagang daging sapi pada hari-hari libur besar harga jual daging sapi akan mengalami kenaikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rumah Pemotongan Hewan NP 96 ini tidak hanya menyediakan jasa pemotongan sapi saja, tetapi juga menyediakan pengandangan dan pemeriksaan kesehatan. RPH ini juga melakukan transaksi jual beli daging sapi kepada pedagang dan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap saluran pemasaran daging sapi dari Rumah pemotongan Hewan (RPH) NP 96 sampai kepada konsumen akhir, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 terdapat dua rantai pasok. Dapat dilihat pada 3 aliran yaitu:
 - a. Pada aliran produk terdapat 2 pola saluran pada aliran produk. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu : (1) pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir dan (2) pedagang besar – konsumen tingkat I – Konsumen tingkat II.
 - b. Pada aliran keuangan terdapat 2 pola saluran pada aliran keuangan. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu (a) konsumen akhir – pedagang pengecer – pedagang besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat dan (b) konsumen tingkat II – konsumen tingkat I – Pedagang Besar – RPH – PT. Lembu Andalas Langkat.
 - c. Aliran informasi yang berjalan antar lembaga pemasaran daging sapi adalah informasi terkait pemasok, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi dan harga pasar.

2. Pada rantai pasok I nilai efisiensi pemasaran daging sapi untuk tingkat pedagang besar sebesar 0,033% dan pada rantai pasok I nilai efisiensi pemasaran daging sapi untuk tingkat pedagang pengecer sebesar 0,0127% maka rantai pasok I ini nilai efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang pengecer lebih efisien dari tingkat pedagang besar. Dan pada rantai pasok II terdapat nilai efisiensi pemasaran daging sapi tingkat pedagang besar sebesar 0,027% artinya lebih kecil dari 50% maka dapat dikatakan efisien.
3. Rantai pasok II lebih efisien dibandingkan dengan rantai pasok I karena nilai efisiensi pemasaran rantai pasok II lebih kecil dari rantai pasok I.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Sebaiknya bagi pengolah RPH NP 96 tidak membuat peraturan yang rumit untuk para pedagang yang ingin melakukan pemotongan sapi di RPH tersebut.
2. Bagi pengolah RPH NP 96 untuk lebih memperhatikan akses serta sarana dan prasarana yang ada.
3. Untuk para pedagang daging sapi agar dapat menyesuaikan harga jual dengan harga beli supaya konsumen tidak ada kesulitan dalam pembelian daging sapi tersebut.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Analisis Rantai Pasok Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan NP 96 sampai ke konsumen akhir Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G. 2012. Metodologi Penelitian Pendidikan. Singaraja: UNDIKSHA.
- Amirah, Z. N., M. Paturochman dan A. S. Masdar. 2015. Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali Sampai Konsumen Akhir Di Kota Garut. jurnal Universitas Padjadjaran Vol. 4, No. 1.
- Anjasari, B. 2010. Pangan Hewani (Fisiologi Pasca Mortem dan Teknologi). Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Anwar, S. N. 2011. Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*): Konsep dan Hakikat. Jurnal Dinamika Informatika. Vol. 3, No. 2.
- Arifin, M., B. Dwiloka dan D. E. Patriani. 2008. Penurunan Kualitas Daging Sapi yang terjadi selama Proses Pemotongan dan Distribusi di Kota Semarang. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Bogor, 11-12 November 2008, p:99-104. .
- Bahri, S. 2008. Beberapa Aspek Keamanan Pangan Asal Ternak di Indonesia. Pengembangan Inovasi Pertanian 1 (3): 225-242.
- Chalidin, M. 2016. Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi pada Tingkat Rumah Tangga Di Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan. Skripsi. Universitas Medan Area. Medan.
- Chalwe, S. 2011. *Factor Influencing Bean Producers Choice of Marketing Channels in Zambia [Tesis]. Lusaka (ZM): University of Zambia.*
- Chopra, S. dan P. Meindl. 2007. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations. Third Edition. New Jersey (US): Pearson Education, Inc.*
- Chopra, S. 2001. *Performance Measurement of Supply Chain Via Balance Scorecard: The Case of Brewing Group. The Business Review, Cambrige. Istanbul Bilgi University.10, (1).*
- Christopher, M. 1998. *Logistic and Supply Chain Management. Second Edition. Great Britain : Pearson Education Limited.*
- Dirjen Peternakan. 2009. Konsumsi Daging Di Indonesia. Jakarta : Direktorat Jenderal Peternakan Departemen Pertanian.
- Emhar, A., J. M. M. Aji, dan T. Agustina. 2014. Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi Di Kabupaten Jember. Berkala Ilmiah Jember. 1(3): 55-62.

- Felea, M., dan I. Albastroi. 2013. *Defining the Concept of Supply Chain Management and its Relevance to Romanian Academics and Practitioners. The Amfiteatru Economic Journal*. 15(33): 74-88.
- Food and Agriculture Organization of The United Nations. 2007. *The state of food and agriculture: Paying farmers for environmental services. FAO Agriculture Series No. 38. Rome*.
- Gede, A. A. G. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Singaraja: UNDIKSHA.
- Hartono, B. 2012. *Ekonomi Bisnis Peternakan*. UB Press. Malang
- Heizer, J., dan R. Barry. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Jakarta : Salemba Empat.
- Indrajit, R. E., dan R. Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT. Grasindo: Jakarta.
- Janvier-James, A. M. 2012. *A New Introduction to Supply Chains and Supply Chain Management: Definitions and Theories Perspective. International Business Research*. 5(1):194-207.
- Karnisius. 1990. *Peternak Sapi Potong*. Karnisius. Yogyakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lawrie, R. A. 2003. *Ilmu Daging*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Marimin, dan N. Maghfiroh. 2010. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. IPB Press. Bogor.
- Mulyadi. 2005. *Akutansi Biaya edisi ke-5.cetakan ke-7. UUP STIM YKPN*. Yogyakarta.
- Ningsih, U. W., B. Hartono., dan E. Nugroho. 2017. *Analisis Pemasaran Sapi Potong Melalui Analisis Marjin, Transmisi Harga, Struktur Pemasaran, Perilaku Pemasaran dan Kinerja Pemasaran*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*. 27(1): 1-11.
- Nurwantoro, V . 2012. *Nilai pH, kadar air, dan total Escherichia coli daging sapi yang dimarinasi dalam jus bawang putih*. *Jurnal Aplik Teknol Pangan*. 1(2):20-22.
- Pujawan. 2005. *Factor-faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Sapi Potong*. *Buletin Peternakan*. 39(1): 57-63.
- Pujawan, N., dan Mahendrawathi. 2017. *Supply Chain Management*. Edisi 3. Yogyakarta.

- Rachman, N. M. 2016. Efisiensi Jaringan Daging Sapi. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Saptarini, K. 2009. Isolasi Salmonella spp. Pada Sampel Daging Sapi di Wilayah Bogor Serta Uji Ketahanannya Terhadap Proses Pendinginan dan Pembekuan. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian IPB : Bogor.
- Soekartawi. 2012. Teori Ekonomi Produksi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian dan Pedesaan. Yogyakarta : PT. Bumi Aksara.
- Sudarisman, T. dan A. R. Elvina. 1996. Petunjuk Memilih Produk Ikan dan Daging. Cetakan I, PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Syakur. A. M., S. H. Purnomo dan B. S. Hertanto. 2017. Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan Sampai Konsumen di Kota Surakarta. Jurnal Sains Peternakan. Vol. 15 (2): 52-58. Universitas Sebelas Maret.
- Wibawa, M.S., I. G. A. A. Ambarawati dan K. Suamba. 2015. Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 4, No. 1, Mei 2016 ISSN: 2355-0759.
- Winardi. 1989. Aspek-Aspek Bauran Pemasaran. Bandung: Mandar Maju.
- Yunus, A. 2012. Sukses Usaha Pembibitan Sapi & Kambing. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No.	Keterangan	Umur Responden	Pengalaman Kerja	Pendidikan Pekerja
1.	Pemilik RPH NP 96	60	14	12
2.	Manajer Pemasaran PT.Lembu Andalas Langkat	40	9	16
		31	4	12
2.	Pedagang Besar	38	10	12
		38	10	12
		40	10	12
		27	2	16
3.	Pedagang Pengecer	36	10	12
		40	10	12
		52	15	12
Total		402	94	128
Rata-rata		40	9,4	12,8

Lampiran 2. Biaya Pedagang Besar dalam 1 (Satu) Kali Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok I

No. Sampel	Jumlah Sapi yang Disembelih (Ekor)	Jumlah Daging Sapi yang Diperoleh (kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Timbangan (Rp/kg)	Biaya Pemasaran					Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
					Kantong Plastik HDPE (Rp/kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Pengandangan (Rp/kg)	Kesehatan (Rp/kg)	Upah Potong (Rp/kg)	
1.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
2.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
3.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
4.	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950
Total	4	720	440.000	6.000	600	2.666,80	222	311	6.000	15.800
Rata-rata	1	180	110.000	1.500	150	666,7	55,5	77,8	1.500	3.950

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 3. Biaya Pedagang Besar dalam 1 (Satu) Kali Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok II

No. Sampel	Jumlah Sapi yang Disembelih (Ekor)	Jumlah Daging Sapi yang Diperoleh (kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Timbangan (Rp/kg)	Biaya Pemasaran				Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
					Kantong Plastik HDPE (Rp/kg)	Pengandangan (Rp/kg)	Kesehatan (Rp/kg)	Upah Potong (Rp/kg)	
1.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
2.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
3.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
4.	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3
Total	4	720	440.000	6.000	600	222	311	6.000	13.133,2
Rata-rata	1	180	110.000	1.500	150	55,5	77,8	1.500	3.283,3

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 4. Biaya Pedagang Pengecer dalam 1 (Satu) Kali Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok I

No. Sampel	Jumlah Daging Sapi yang Dibeli (kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Timbangan (Rp/kg)	Biaya Pemasaran		Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
				Kantong Plastik HDPE (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	
1.	60	120.000	150	240	1.200	1.590
2.	70	120.000	150	240	1.200	1.590
3.	70	120.000	150	240	1.200	1.590
4.	80	120.000	150	240	1.200	1.590
Total	280	480.000	600	960	4.800	6.360
Rata-rata	70	120.000	150	240	1.200	1.590

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 5. Karakteristik Responden Konsumen pada Rantai Pasok I

No.	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	Jumlah pembelian (kg)	Harga daging Sapi (Rp/kg)
1.	51	SD	Ibu Rumah Tangga	1.000.000	0,5	125.000
2.	47	SD	Ibu Rumah Tangga	1.500.000	1	125.000
3.	46	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	1	125.000
4.	26	D3	Ibu Rumah Tangga	2.500.000	1	125.000
5.	29	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.800.000	1	125.000
6.	56	SMP	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	0,5	125.000
7.	25	SMP	Ibu Rumah Tangga	2.500.000	0,5	125.000
8.	43	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.500.000	0,5	125.000
9.	39	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.300.000	0,5	125.000
10.	26	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	0,5	125.000
Total					7	1.250.000
Rata-rata					0,7	125.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 6. Karakteristik Responden Konsumen pada Rantai Pasok II

No.	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	Jumlah Pembelian (kg)	Harga Daging Sapi (Rp/kg)
1.	37	SMA	Pedagang	3.000.000	3	120.000
2.	40	SMA	Pedagang	2.000.000	2	120.000
3.	41	SMP	Pedagang	2.000.000	2	120.000
4.	41	SMA	Pedagang	2.500.000	3	120.000
5.	47	SD	Pedagang	1.800.000	2	120.000
6.	48	SMA	Pedagang	3.800.000	3	120.000
7.	52	SMP	Pedagang	2.000.000	2	120.000
8.	52	SMA	Pedagang	3.000.000	3	120.000
9.	52	SMA	Pedagang	2.300.000	2	120.000
10.	57	SMA	Pedagang	2.000.000	2	120.000
Total				24.400.000	24	1.200.000
Rata-rata				2.440.000	2,4	120.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 7. Biaya Pemasaran Konsumen dalam Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok I

No. Sampel	Jumlah Daging Sapi yang Dibeli (kg)	Biaya Pemasaran		Total Biaya Pembelian (Rp/kg)
		Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	
1.	0,5	125.000	10.000	135.000
2.	1	125.000	10.000	135.000
3.	1	125.000	8.000	133.000
4.	1	125.000	8.000	133.000
5.	1	125.000	10.000	135.000
6.	0,5	125.000	10.000	135.000
7.	0,5	125.000	8.000	133.000
8.	0,5	125.000	10.000	135.000
9.	0,5	125.000	8.000	133.000
10	0,5	125.000	10.000	135.000
Total	7	1.250.000	90.000	1.340.000
Rata-rata	0,7	125.000	9.000	134.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 8. Biaya Pemasaran Konsumen dalam Pembelian Daging Sapi pada Rantai Pasok II

No. Sampel	Jumlah Daging Sapi yang Dibeli (kg)	Biaya Pemasaran		Total Biaya Pembelian (Rp/kg)
		Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	
1.	3	120.000	8.000	128.000
2.	2	120.000	8.000	128.000
3.	2	120.000	7.000	127.000
4.	3	120.000	8.000	128.000
5.	2	120.000	10.000	130.000
6.	3	120.000	10.000	130.000
7.	2	120.000	8.000	128.000
8.	3	120.000	8.000	128.000
9.	2	120.000	6.000	126.000
10	2	120.000	6.000	126.000
Total	24	1.200.000	79.000	1.279.000
Rata-rata	2,4	120.000	7.900	134.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Lampiran 9. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS RANTAI PASOK DAGING SAPI DI RUMAH PEMOTONGAN

HEWAN NP 96

Assalamu'alaikum wr.wb.

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu untuk menjadi salah satu responden dalam pengisian kuesioner ini merupakan instrument penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Nama : Sri Ayu Anggriani

Npm : 1704300039

Fakultas : Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Untuk memenuhi tugas penyelesaian skripsi program sarjana, saya harap Bapak/Ibu menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban benar atau salah. Semua sesuai dengan kode etik penelitian. Peneliti menjamin kerahasiaan semua data. Ketersediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas kerja samanya.

Wassalamualaikum wr.wb.

➤ Rumah Pemotongan Hewan NP 96

Tanggal Survey :

No. Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat/Asal :

Karakteristik Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (X) jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih!

1. Apa pendidikan formal terakhir yang anda peroleh?

a. SD	d. S1/S2
b. SMP	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. SMA	

2. Apa pekerjaan anda pada saat ini?

a. Pengusaha	d. Pelajar/Mahasiswa
b. Wiraswasta	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. PNS/TNI/POLRI	

3. Berapa jumlah tanggungan keluarga anda?

a. 2	d. 5
b. 3	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. 4	

4. Sudah berapa lama Rumah Pemotongan Hewan NP 96 beroperasi?

a. 5 tahun	d. 20 tahun
b. 10 tahun	e. Lainnya (sebutkan).....
c. 15 tahun	

5. Berapa pendapatan yang anda peroleh selama bekerja di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 dalam 1 bulan?

a. 5.000.000 – 10.000.000	d. 20.000.000 – 25.000.000
b. 10.000.000 – 15.000.000	e. Lainnya(sebutkan).....

c. 15.000.000 – 20.000.000

6. Apakah anda memiliki pekerjaan lain?

a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, sebutkan.....

7. Apakah Rumah Pemotongan Hewan NP 96 hanya menerima jasa pemotongan saja atau melakukan kegiatan lain?

a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, jelaskan.....

8. Berapa karyawan yang bekerja diperusahaan anda?

..... Orang

9. Berapa jam karyawan anda bekerja diperusahaan anda?

..... jam/orang

10. Berapa upah gaji karyawan anda selama 1 bulan?

Rp. /orang

11. Apakah gedung Rumah Pemotongan Hewan NP 96 milik sendiri atau sewa?

Jika gedungnya sewa, berapa harga sewa gedungnya per tahunnya?

.....

12. Dari manakah sapi potong itu diperoleh?

a. Ternak sendiri

b. Perusahaan.

(sebutkan).....

13. Berapa ekor sapi potong yang masuk ke RPH NP 96 dari perusahaan/peternak setiap harinya?

a. Perusahaan PT. Lembu Andalas Langkatekor/hari

- b. Perusahaan PT. Juang Jaya Abdi Alamekor/hari
14. Berapa harga beli sapi potong dari perusahaan/peternak?
- a. Perusahaan PT. Lembu Andalas Langkat Rp./ekor
- b. Perusahaan PT. Juang Jaya Abdi Alam Rp./ekor
15. Dimana kegiatan atau transaksi berlangsung?
- a. Langsung di tempat
- b. Di antar
16. Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan dalam satu kali pembelian?
- a. Perusahaan PT. Lembu Andalas Langkat Rp.
- b. Perusahaan PT. Juang Jaya Abdi Alam Rp.
17. Jenis sapi potong apa yang diperjual belikan sama pemasok daging sapi?
.....
18. Dalam satu ekor sapi potong dapat menghasilkan berapa kilogram daging sapi?
.....kg
19. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan dalam pembelian sapi potong?
Sebutkan?
.....
20. Bagaimana sistem kerja sama anda dengan perusahaan pemasok sapi potong?
.....
21. Bagaimana anda mengetahui atau mendapatkan informasi tentang pemasok sapi potong?
.....

31. Kepada siapakan kulit sapi potong tersebut dijual? Dan berapa harga per kilonya?

.....

32. Kepada siapakah tulang-tulang sapi potong tersebut dijual? Dan berapa harga per kilonya?

.....

33. Kemana limbah hasil pemotongan sapi tersebut dibuang?

.....

34. Pada masa pandemi covid 19 saat ini, apakah tingkat permintaan daging sapi mengalami penurunan?

.....

35. Apa sajakah kendala dan hambatan yang dihadapi dilapangan saat transaksi jual daging sapi?

.....

36. Berapa harga sewa kandang di Rumah Pemotongan Hewan NP 96?

Rp.

37. Pada saat kapan penyembelihan/pemotongan sapi hidup dilakukan?

.....

38. Apakah Rumah Pemotongan Hewan NP 96 melakukan kerja sama dengan kemitraan?

.....

39. Dengan siapa anda melakukan penjualan daging sapi?

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/kg/ekor)	Jumlah Penjualan (Rp/kg/ekor)	Sistem Pembayaran

➤ **PT. Lembu Andalas Langkat**

Tanggal Survey :

No. responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat/Asal :

Karakteristik Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (X) jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih!

1. Apa pendidikan formal terakhir yang anda peroleh?

a. SD	d. S1/S2
b. SMP	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. SMA	

2. Apa pekerjaan anda pada saat ini?

a. Pengusaha	d. Pegawai/Karyawan
b. Wiraswasta	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. PNS/TNI/POLRI	

3. Berapa jumlah tanggungan keluarga anda?

a. 2	d. 5
b. 3	e. Lainnya (Sebutkan).....
c. 4	

4. Sudah berapa lama PT. Lembu Andalas Langkat beroperasi?

a. 5 tahun	d. 20 tahun
------------	-------------

- b. 10 tahun
c. 15 tahun
- e. Lainnya (sebutkan).....
5. Sudah berapa lama anda bekerja di PT. Lembu Andalas Langkat?
- a. 2 tahun
b. 3 tahun
c. 4 tahun
- d. 5 tahun
e. Lainnya (sebutkan).....
6. Apakah anda memiliki pekerjaan lain?
- a. Ya
b. Tidak
- Jika Ya, sebutkan.....
7. Berapa pendapatan yang anda peroleh selama bekerja di PT. Lembu Andalas Langkat dalam 1 bulan?
- a. 5.000.000 – 10.000.000
b. 10.000.000 – 15.000.000
c. 15.000.000 – 20.000.000
- d. 20.000.000 – 25.000.000
e. Lainnya (sebutkan).....
5. Jenis sapi apa yang diperjual belikan di PT. Lembu Andalas Langkat?
-
6. Apakah gedung PT. Lembu Andalas Langkat milik sendiri atau sewa? Jika gedungnya sewa, berapa harga sewa gedungnya per tahunnya?
-
7. Jenis sapi potong apa sajakah yang dijual ke Rumah Pemotongan Hewan NP 96 oleh PT. Lembu Andalas Langkat?
-
8. Berapa ekor sapi potong yang di masukkan ke Rumah Pemotongan Hewan NP 96 per harinya?

- ekor
9. Berapa harga sapi potong per ekornya yang dijual ke Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
- Rp. /ekor
10. Dimana kegiatan atau transaksi tersebut berlangsung?
- Langsung di tempat
 - Di antar
11. Bagaimana sistem kerja sama yang dilakukan oleh PT. Lembu Andalas Langkat dengan Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
-
12. Berapa biaya transportasi yang dikenakan untuk mengantarkan sapi potong ke Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
- Rp.
13. Apakah terdapat kendala atau hambatan selama kegiatan jual beli sapi potong berlangsung?
-

➤ **Pedagang Besar**

Tanggal Survey :

No. Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat/Asal :

Karakteristik Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (X) jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih!

1. Apa pendidikan formal terakhir yang anda peroleh?

- | | |
|--------|----------------------------|
| a. SD | d. S1/S2 |
| b. SMP | e. Lainnya (Sebutkan)..... |
| c. SMA | |

2. Apa pekerjaan anda pada saat ini?

- | | |
|------------------|----------------------------|
| a. Pengusaha | d. Pegawai/Karyawan |
| b. Pedagang | e. Lainnya (Sebutkan)..... |
| c. PNS/TNI/POLRI | |

3. Berapa jumlah tanggungan keluarga anda?

- | | |
|------|----------------------------|
| a. 2 | d. 5 |
| b. 3 | e. Lainnya (Sebutkan)..... |
| c. 4 | |

4. Sudah berapa lamakah anda bekerja sebagai pedagang besar?

- | | |
|------------|----------------------------|
| a. 1 tahun | d. 4 tahun |
| b. 2 tahun | e. Lainnya (sebutkan)..... |
| c. 3 tahun | |

5. Apakah anda memiliki pekerjaan lain?

- | | |
|-------|----------|
| a. Ya | b. Tidak |
|-------|----------|

Jika Ya, sebutkan.....

6. Dari manakah anda memperoleh daging sapi tersebut?

.....

7. Dimana kegiatan atau transaksi pembelian daging sapi berlangsung?
 - a. Langsung di Tempat
 - b. Di antar
8. Berapa kilogram daging sapi yang anda beli dari Rumah Pemotongan Hewan/Peternak dalam satu kali pembelian?
.....kg
9. Berapa harga beli daging sapi dari Rumah Pemotongan Hewan/peternak?
Rp. /kg
10. Berapa harga tulang sapi yang anda beli dari Rumah Pemotongan Hewan/peternak?
Rp. /kg
11. Berapa harga kikil sapi yang anda beli dari Rumah Pemotongan Hewan/peternak?
Rp. /kg
12. Berapa upah untuk jasa pemotongan daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
Rp.
13. Berapa biaya sewa kandang di Rumah Pemotongan Hewan NP 96?
Rp.
14. Apakah terdapat kendala dan hambatan dalam transaksi pembelian daging sapi? jelaskan?
.....
15. Bagaimana sistem kerjasama anda dengan RPH/Peternak?
.....

26. Berapa harga sewa lapak yang digunakan untuk melakukan kegiatan jual beli daging sapi?

Rp./Bulan

27. Biaya-biaya apa saja yang anda keluarkan dalam kegiatan transaksi penjualan di pasar?

.....

28. Pada masa pandemic covid 19 ini, apakah dapat mempengaruhi terhadap tingkat permintaan akan daging sapi?

.....

29. Dengan siapa anda melakukan transaksi penjualan daging sapi :

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/kg/ekor)	Jumlah Penjualan (Rp/kg/ekor)	Sistem Pembayaran

➤ Pedagang Pengecer

Tanggal Survey :

No. Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat/Asal :

Karakteristik Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (X) jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih!

1. Apa pendidikan formal terakhir yang anda peroleh?

- a. SD
b. SMP
c. SMA
- d. S1/S2
e. Lainnya (sebutkan).....
2. Apa pekerjaan anda pada saat ini?
- a. Pedagang
b. Swasta
c. PNS/TNI/POLRI
- d. Pelajar/Mahasiswa
e. Lainnya (sebutkan).....
3. Berapa jumlah tanggungan keluarga anda?
- a. 1
b. 2
c. 3
- d. 4
e. Lainnya (sebutkan).....
4. Sudah berapa lamakah anda bekerja sebagai pedagang pengecer?
- a. 1 tahun
b. 2 tahun
c. 3 tahun
- d. 4 tahun
e. Lainnya (sebutkan).....
5. Apakah anda memiliki pekerjaan yang lain?
- a. Ya
b. Tidak
- Jika Ya, sebutkan
6. Dari manakah anda memperoleh daging sapi tersebut?
- a. Rumah Pemotongan Hewan
b. Pedagang besar
7. Berapa harga beli daging sapi di tingkat :
- a. Rumah Pemotongan Hewan : Rp.
b. Pedagang besar : Rp.

8. Dimana kegiatan atau transaksi pembelian daging sapi berlangsung?
 - a. Langsung di Tempat
 - b. Di antar
9. Berapa kilogram daging sapi yang anda beli dalam satu kali pembelian?
 - a. Rumah pemotongan Hewan :kg
 - b. Pedagang besar :kg
10. Berapa kilogram tulang sapi yang anda beli dalam satu kali pembelian?
 - a. Rumah pemotongan Hewan :kg
 - b. Pedagang besar :kg
11. Berapa kilogram kikil sapi yang anda beli dalam satu kali pembelian?
 - a. Rumah pemotongan Hewan :kg
 - b. Pedagang besar :kg
12. Berapa biaya transportasi bila diantarkan dalam satu kali pembelian daging sapi?
Rp.
13. Bagaimana cara transaksinya?
 - a. Bayar langsung/ cash
 - b. Panjar baru memesan
 - c. Di antar langsung bayar cash
14. Apakah terdapat kendala dan hambatan dalam transaksi pembelian daging sapi? jelaskan?
.....
15. Bagaimana sistem kerjasama anda dengan pedagang besar?
.....

26. Pada masa pandemic covid 19 ini, apakah dapat mempengaruhi terhadap tingkat permintaan akan daging sapi?

.....

27. Dengan siapa anda melakukan transaksi penjualan daging sapi tersebut :

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/kg/)	Jumlah Penjualan (Rp/kg)	Sistem Pembayaran

➤ **Konsumen**

Tanggal Survey :

No. Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat/Asal :

Karakteristik Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (X) jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih!

1. Apa pendidikan formal terakhir yang anda peroleh?

- | | |
|--------|----------------------------|
| a. SD | d. S1/S2 |
| b. SMP | e. Lainnya (sebutkan)..... |
| c. SMA | |

2. Apa pekerjaan anda pada saat ini?

- | | |
|-------------|----------------------------|
| a. Pedagang | d. Ibu Rumah Tangga |
| b. Swasta | e. Lainnya (sebutkan)..... |

Dokumentasi Penelitian



Rumah Pemotongan Hewan (RPH) NP 96 NP



PT. Lembu Andalas Langkat





Pedagang Besar Pasar Sei Sikambang



Pedagang Besar Pasar Kampung Lalang



Pedagang Pengecer Pasar Sei Sikambing



Pedagang Pengecer Pasar Kampung Lalang



Wawancara dengan konsumen



Wawancara dengan konsumen

Bukti Pembelian Sapi Potong di PT. Lembu Andalas Langkat

PT. Lembu Andalas Langkat
 Ds. Arsacondang Kec. Stabat
 Langkat - Sumut

Slip Penjualan
 Tanggal : 14-11-2021
 Kepada Yth : ARIE PRAYOGO

Hal: 1/1

Shipment	Jenis	No Ear Tag	BERAT (Kg)	Catatan
L06-21	BX-S	139	511	ARI1*
L06-21	BX-S	174	521	ARI
L06-21	BX-S	258	524	ARI*
L06-21	BX-S	386	483	ARI*
L06-21	BX-S	200	445	ARI

Jumlah	Total	Rataan
5	2,484	497

Hormat Kami, Penerima,

Paraf: (.....) (.....)

Dicetak: 14-11-2021 14:14:5 HASANULI

Faktur Penjualan

Kepada Yth : ARIE PRAYOGO
 Jl. T. ASLI T. GUSTA SUNGGAL, DELI SERDANG

HARGA/KG	JUMLAH (Rp.)
50,200	124,696,800

Paraf: (.....) (.....)

124.696.800

dua puluh empat juta enam ratus sembilan puluh enam ribu delapan ratus rupiah

Paraf: (.....) (.....)

Farm Manager Pembeli

PT. Lembu Andalas Langkat
 Ds. Arsacondang Kec. Stabat
 Langkat - Sumut

No. FAKTUR : FJTJ2111-00052
 Tanggal : 14-11-2021

Faktur Penjualan

Kepada Yth : ARIE PRAYOGO
 Jl. T. ASLI T. GUSTA SUNGGAL, DELI SERDANG

JML EKOR	BERAT (KG)	JENIS	HARGA/KG	JUMLAH (Rp.)
5	2,484	BX-S(L06-21)	50,200	124,696,800

Paraf: (.....) (.....)

5 Ekor 124.696.800

Terbilang: Seratus dua puluh empat juta enam ratus sembilan puluh enam ribu delapan ratus rupiah

Perhatian: Sapi yang sudah dibeli atau sudah dibawa keluar dari Gerbang Farm sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pihak Pembeli

Paraf: (.....) (.....)

Adminisasi Farm Manager Pembeli

Dicetak: 14-11-2021 14:14:42 (HASANULI)

Surat Izin Penelitian dari Fakultas Pertanian UMSU



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Sila menjawab surat ini agar oseoutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

FAKULTAS PERTANIAN

Jalan Kapten Mochtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6619056 – 6622400 – 6624567 Fax. (061) 6625474, 6631003
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id, faperta@umsu.ac.id

Nomor	: 823/II.3-AU/UMSU-04/F/2021	Medan, <u>18 Dzulhijjah</u>	<u>1442 H</u>
Lampiran	: -	28 Juli	2021 M
H a l	: Izin Penelitian		

Kepada Yth.:
 Sdr. Sri Ayu Anggriani
 Fakultas Pertanian UMSU
 di –
Tempat.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kami mendo'akan semoga saudara dalam keadaan sehat wal'afiat, selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan tugas sehari-hari. Aamiin.

Sehubungan dengan telah terlaksananya Seminar Proposal Penelitian melalui proses *desk review* pada saudara:

N a m a	: Sri Ayu Anggriani
N P M	: 1704300039
Program Studi	: Agribisnis
Judul Penelitian	: Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96 Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang
Dibimbing Oleh	: Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.
Hari/Tanggal	: Rabu/14 Juli 2021
Nilai	: 85 (A) (terlampir)

Maka diterbitkan surat ini untuk dapat saudara gunakan dalam melaksanakan penelitian. Demikian disampaikan, akhirnya semoga selamatlah kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.




Assoc. Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P.
 NIDN : 0023116503

Tembusan:

1. Program Studi Agribisnis;
2. Dosen Pembimbing;
3. File.-

Surat Izin Penelitian dari Kepala Desa



PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN SUNGGAL
DESA TANJUNG GUSTA
KODE POS 2035

Alamat Kantor : Jl. Inpres Dusun II Timur No. 8-A Desa Tanjung Gusta Kode Pos : 20352

SURAT KETERANGAN
Nomor : 17-0TG/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal

Nama : Kawibowo
 Jabatan : Kepala Desa Tanjung Gusta
 Kecamatan Sunggal
 Kabupaten Deli Serdang


Menerangkan :

Nama : Sri Ayu Anggraini
 NPM : 1704300039
 Fakultas : Pertanian
 Program Study : Agribisnis
 Jenjang : S1

Benar bahwa nama tersebut telah melakukan penelitian di Desa Tanjung Gusta berdasarkan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Nomor : 823/II.3-AU/UMSU-04/F/2021, Penelitian tersebut dilakukan guna untuk melengkapi data dalam penyusunan Skripsi yang berjudul “ Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pematongan Hewan” NP 96 di Desa Tanjung Gusta Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang.

Demikianlah Surat Keterangan ini di perbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sesuai dengan keperluannya.

Tanjung Gusta, 02 Desember 2021
 Kepala Desa Tanjung Gusta
 Kecamatan Sunggal


KAWIBOWO

