

**ANALISIS RANTAI PASOK TERNAK SAPI POTONG
KELOMPOK TANI ENGGAL MUKTI
(Studi Kasus : Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

Oleh:

FELLA BALQISH

NPM : 1604300178

Program Studi : Agribisnis



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2020

ANALISIS RANTAI PASOK TERNAK SAPI POTONG
KELOMPOK TANI ENGGAL MUKTI
(Studi Kasus : Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten
Deli Serdang)

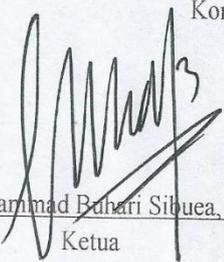
SKRIPSI

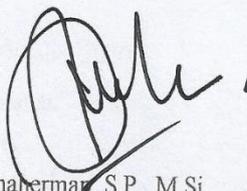
Oleh :

FELLA BALQISH
1604300178
AGRIBISNIS

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

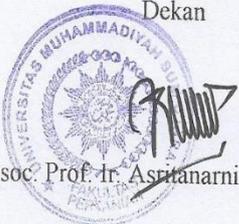
Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Muhammad Buhari Sibuea, M.Si.
Ketua


Sumaherman, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan


Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 27-10-2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Fella Balqish
NPM : 1604300178

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Rantai Pasok Ternak Sapi Potong (Studi Kasus : Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang) 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 dikemudian 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, 27 Oktober 2020

Yang menyatakan



Fella Balqish
Fella Balqish

RINGKASAN

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu pangsa pasar yang masih kecil, sehingga kelompok tani Enggal Mukti hanya sekedar badan usaha yang belum berbentuk CV atau perusahaan. Masalah selanjutnya ialah kelompok tani Enggal Mukti belum menerapkan sistem manajemen rantai pasok yang mengakibatkan tidak adanya kolaborasi di dalam internal kelompok tani, karena tidak ada pembagian yang jelas untuk tugas dan beban kerja di masing-masing individu atau divisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis aliran produk dan mengetahui tingkat efisiensi pemasaran rantai pasok ternak sapi potong di kelompok tani Enggal Mukti. Penelitian ini berlokasi di jalan Jati Rejo Dusun XXII Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian ini menggunakan metode survey yaitu dengan wawancara langsung atau kuisisioner. Metode penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan Teknik *snowball sampling*, respondennya adalah pedagang pemasar sebanyak 15 orang dan anggota kelompok tani sebanyak 17 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok tani Enggal Mukti mendapatkan pasokan bibit sapi melalui pemasok dari beberapa daerah tetap, kemudian sapi tersebut dirawat dengan memberi beberapa perlakuan khusus sampai usia sapi mencapai 10 atau lebih dan sapi siap untuk dijual ke pedagang pemasar. Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah aliran rantai pasok ternak sapi potong pada usaha ini terdiri dari pemasok – kelompok tani Enggal Mukti – pedagang pemasar – konsumen. Dan secara bisnis rantai pasok sapi potong telah menjalankan tiga proses bisnis, yaitu *procurement*, *replenishment*, dan *customer order*. Dari segi efisiensi rantai pasok sapi potong telah mencapai tingkat efisiensi yang tinggi pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam aliran produk sapi potong. Saran dalam penelitian ini yaitu sudah saatnya kelompok tani Enggal Mukti membentuk CV atau PT sehingga kelompok tani Enggal Mukti dapat mengkoordinasi dan mengintegrasikan sistem bisnis secara terstruktur dan tepat sasaran serta memiliki asuransi hewan ternak sebagai perlindungan agar kelompok tani Enggal Mukti mendapatkan kenyamanan dan keamanan atas usaha ternak sapi potong.

SUMMARY

The problem in this research is that the market share is still small, so that the Enggal Mukti farmer group is only a business entity that is not yet a CV or a company. The next problem is that the Enggal Mukti farmer group has not implemented a supply chain management system which results in no collaboration within the farmer group internally, because there is no clear division of tasks and workloads in each individual or division. The purpose of this study was to analyze the flow of products and determine the level of supply chain marketing efficiency of beef cattle in the Enggal Mukti farmer group. This research is located on Jalan Jati Rejo Dusun XXII Sampali Village, Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency. This research method uses a survey method, namely by direct interview or questionnaire. The sampling method was carried out using the snowball sampling technique, the respondents were 15 market traders and 17 farmers group members. The results of this study indicate that the Enggal Mukti farmer group gets a supply of cattle seed through suppliers from several fixed areas, then the cows are treated by giving some special treatment until the cows reach 10 or more and the cows are ready to be sold to marketers. The conclusion from this research is that the supply chain flow of beef cattle in this business consists of suppliers - Enggal Mukti farmer groups - marketers - consumers. And in business, the beef cattle supply chain has carried out three business processes, namely procurement, replenishment, and customer order. In terms of supply chain efficiency, beef cattle have reached a high level of efficiency at every marketing agency involved in the flow of beef cattle products. The suggestion in this study is that it is time for the Enggal Mukti farmer groups to form a CV or a PT so that the Enggal Mukti farmer groups can coordinate and integrate a structured and targeted business system and have livestock insurance as protection so that the Enggal Mukti farmer groups get comfort and security for livestock businessbeef cattle.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Fella Balqish, lahir pada tanggal 22 Juli 1998 Medan. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Ayahanda Chairul Rijal dan Ibunda Meifi Sundari.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut.

1. SD Swasta Pertiwi Kota Medan tahun 2004 – 2010.
2. SMP Swasta Pertiwi Kota Medan tahun 2010 – 2013.
3. SMA Negeri 8 Medan tahun 2013 – 2016.
4. Melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2016 – 2020.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian UMSU antara lain:

1. Mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa/I Baru (PKKMB) tahun 2016.
2. Mengikuti Kajian Intensif AL-Islam Kemuhammadiyah (KIAM) tahun 2016.
3. Mengikuti Masa Perkenalan Ikatan (MAPAN) tahun 2016.
4. Melaksanakan Penelitian Skripsi di Kelompok Tani Enggal Mukti Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Analisis Rantai Pasok Ternak Sapi Potong Kelompok Tani Enggal Mukti (Studi Kasus : Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang).

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P) bagi mahasiswa program S-1 pada program studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kesulitan dan hambatan, namun berkat bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku Sekretaris Program Studi Argibisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Ir. Muhammad Buhari Sibuea, M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Surnaherman, S.P., M.Si. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah dengan ikhlas membimbing penulis selama masa perkuliahan serta Biro Fakultas Pertanian yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayahanda tercinta Chairul Rijal dan Ibunda tersayang Meifi Sundari yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayang yang tiada batas dan Adikku tersayang Rayyan Azfa terima kasih atas doa, kasih sayang serta perhatiannya kepada penulis.
7. Sahabat-sahabatku (Anggie, Hamdu, Umar, Denny Azhar, Riki Candra, Rekan Kage Bucin, Rekan PKL) yang telah banyak membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

8. Terkhusus guru sekaligus sahabat terbaikk Mam Tety Anggraini, S.Pd yang telah memberi dukungan serta semangat penuh kepada penulis.
9. Rekan-rekan Agribisnis stambuk 2016 terkhusus Agribisnis 4 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan semoga bermanfaat bagi kita semua.Aamiin Ya Robbal'alam.

Medan, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Ternak Sapi Potong.....	5
Populasi Sapi Potong	5
Rantai Pasok.....	6
Manajemen Rantai Pasok.....	7
<i>Food Supply Chain Network</i>	7
Saluran Pemasaran	9
Efisiensi Pemasaran	9
Penelitian Terdahulu	10
Kerangka Pemikiran.....	11
METODE PENELITIAN.....	13
Metode Penelitian	13
Lokasi Penelitian.....	13
Metode Penarikan Sampel	13
Metode Analisis Data.....	14

Batasan Operasional.....	15
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	16
Letak dan Luas Daerah	16
Keadaan Penduduk	16
Penggunaan Tanah.....	17
Sarana dan Prasarana Umum	18
Karakteristik Sampel	18
HASIL DAN PEMBAHASAN	19
Gambaran Umum Rantai Pasok Ternak Sapi Potong.....	19
Gambaran Umum Kelompok Tani Enggal Mukti	19
Gambaran Umum Pedagang Pemasar	20
<i>Food Supply Chain Network</i>	20
Sasaran Rantai Pasok	20
Struktur Rantai Pasok.....	22
Manajemen Rantai Pasok.....	29
Proses Bisnis Rantai	31
Efisiensi Pemasaran	34
KESIMPULAN DAN SARAN	39
Kesimpulan	39
Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Data Populasi Sapi Potong Tahun 2014-2018	2
2.	Jumlah Penduduk Desa Sampali	16
3.	Jumlah Penduduk 15 Tahun Ke-atas Menurut Pekerjaan	17
4.	Jumlah Penduduk Menurut Agama	17
5.	Penggunaan Lahan Berdasarkan Luas Lahan	17
6.	Sarana dan Prasarana Umum	18
7.	Karakteristik Sampel Pedagang Pengumpul	18
8.	Harga Jual Sapi Potong di Setiap Tingkatan.....	25
9.	Aktivitas Pelaku Pemasaran.....	26
10.	Margin Pemasaran Ternak Sapi Potong di Setiap Tingkatan.....	34

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	12
2.	Kerangka Analisis Deskriptif Food Supply Chain Network	14
3.	Proses Produksi dan Pemesanan Kelompok Tani Enggal Mukti	24
4.	Prosedur Pengadaan Kebutuhan Konsentrat dan Obat-obatan	27
5.	Pola Aliran Rantai Pasok Ternak Sapi Potong	28

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Pedagang Pemasar	42
2.	Margin Pemasaran Ternak Sapi Potong di Setiap Tingkatan	44
3.	Biaya Pemasaran di Setiap Tingkatan	45
4.	Jumlah Sapi Potong yang Dipasarkan di Setiap Tingkatan	46
5.	Jumlah Seluruh Sapi Potong yang Dipasarkan Enggal Mukti	47
6.	Dokumentasi Penelitian.....	48
7.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	50

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor yang peluangnya sangat besar untuk dikembangkan seperti usaha di masa mendatang salah satunya adalah peternakan. Produk peternakan yang menjadi kebutuhan masyarakat pasti meningkat untuk setiap tahunnya. Peternakan yang menjadi penyedia kebutuhan logistik semakin naik diikuti dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup (Syukur, 2017).

Usaha bagian peternakan melakukan beberapa perlakuan, diantaranya penggemukan dan pembibitan dalam budidaya sapi potong. Ternak sapi potong adalah salah satu ternak penghasil daging yang memiliki nilai gizi dan ekonomi tinggi. Tingginya nilai ekonomi seimbang dengan naiknya jumlah penduduk, dilihat dari kebutuhan konsumsi daging sapi yang terus meningkat di Indonesia setiap tahunnya. Maka dari itu perlu dibuat suatu usaha yang mampu menyetarakan peningkatan kebutuhan daging. Salah satu kebutuhan tersebut yaitu dengan penggemukan sapi potong atau *feedlot*, serta mengetahui rantai pasokan ternak yang ditinjau dari turunnya harga ternak maupun daging di pasar (Firmansyah, 2019).

Suatu komoditas rantai pasok terkait erat dengan harga. Oleh karena itu diperlukan analisis rantai untuk mengidentifikasi titik-titik kritis dalam proses pembentukan harga. Harga merupakan masalah *multi dimensi* dalam struktur bisnis dan industri. Harga merupakan faktor penting dalam perhitungan inflasi dan bahkan inflasi terhubung dengan kenaikan harga (Setiaji, 2017).

Tabel 1. Data Populasi Sapi Potong di Sumatera Utara Tahun 2014 - 2018

Tahun	Jumlah Populasi (ekor)
2014	646.749
2015	662.234
2016	701.170
2017	712.106
2018	748.133

Sumber: Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2018

Berdasarkan data yang diperoleh dari Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan (2018) dapat diketahui bahwa populasi sapi potong tertinggi di Sumatera Utara berada pada tahun 2018 dengan jumlah populasi sapi potong yaitu 748.133 ekor dan populasi sapi potong terendah pada tahun 2014 dengan jumlah populasi sapi potong yaitu sebesar 646.749 ekor. Dapat diambil kesimpulan bahwa populasi sapi potong setiap tahunnya meningkat dikarenakan permintaan daging sapi tinggi sehingga idealnya harga relatif stabil dengan didukung sebuah sistem rantai pasok yang efisien yaitu terstruktur dan terbentuknya rantai pasok yang terintegrasi satu sama lain.

Enggal Mukti merupakan badan usaha yang berbentuk kelompok tani, yaitu ternak sapi potong. Enggal Mukti sebagai penyedia sapi dimulai dari bibit dan nantinya sapi-sapi tersebut dikelola dengan baik sehingga layak untuk dijual, dimana usaha ternak mereka merupakan salah satu ternak sapi terbesar di kota Medan. Bentuk kerjasama dari usaha ini yaitu mereka memiliki 17 anggota, sehingga untuk memenuhi ketersediaan ternak sapinya anggota kelompok tani saling berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan. Penjualan ternak sapi pada usaha ini yaitu Deli Serdang, Aceh dan Padang. Enggal Mukti telah berdiri sejak tahun 2008 dengan luas kandang seluas 7 ha. Usaha ini memiliki kurang lebih 2.000 ekor

sapi sebagai jumlah target penjualan dan memiliki tenaga kerja sebanyak 176 orang. Permintaan masyarakat akan sapi di Deli Serdang cukup tinggi disetiap tahunnya dan permintaan tertinggi yaitu pada saat idul adha. Rantai pasok dapat juga disebut *supply chain* yang merupakan pengolahan siklus yang lengkap, mulai dari para *supplier*, kegiatan operasional, hingga ke tangan konsumen. Panjangnya rantai pasok pada produk pertanian dan peternak, jika tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan biaya yang tinggi, baik untuk biaya transaksi, biaya transportasi, biaya penyimpanan, biaya kerusakan, dan keuntungan masing-masing pelaku dan sebagainya.

Pada usaha ini rantai pasok sapi potong di Enggal Mukti sebenarnya belum terkelola dengan baik, dilihat dari pangsa pasar yang masih kecil maka kelompok tani Enggal Mukti hanya sekedar merupakan badan usaha yang belum berbentuk CV atau perusahaan besar. Kemudian kelompok tani Enggal Mukti belum menerapkan sistem manajemen rantai pasok yang baik, sehingga mengakibatkan tidak adanya kolaborasi di dalam internal kelompok tani karena tidak ada pembagian yang jelas untuk tugas dan beban kerja di masing-masing individu atau divisi.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang “Analisis Rantai Pasok Ternak Sapi Potong Kelompok Tani Enggal Mukti”.

Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana aliran produk pada rantai pasok ternak sapi potong kelompok tani Enggal Mukti ?
2. Seberapa besar tingkat efisiensi pemasaran pada rantai pasok ternak sapi potong kelompok Enggal Mukti ?

Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis aliran produk pada rantai pasok ternak sapi potong kelompok tani Enggal Mukti.
2. Untuk menganalisis tingkat efisiensi pemasaran pada rantai pasok ternak sapi potong kelompok tani Enggal Mukti.

Manfaat Penelitian

1. Bagi kelompok tani Enggal Mukti penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usaha ternaknya.
2. Bagi pengambil keputusan, memberikan informasi untuk pemerintah dan instansi dan pengembangan terkait dalam mengambil keputusan untuk perencanaan, pengelolaan, peningkatan, dan pengembangan ternak sapi potong. Sehingga pasokan ternak sapi dapat terpenuhi secara merata dan dapat menekankan harga sapi yang sangat tinggi.
3. Bagi penelitian selanjutnya, sebagai acuan dalam membuat keputusan tentang bagaimana analisis rantai pasok ternak sapi potong tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Ternak Sapi Potong

Ternak sapi potong adalah hewan ternak yang termasuk dalam spesies *ruminansia* yang memiliki pemasukan terbesar yang menghasilkan daging, serta untuk pemenuhan kebutuhan pangan khususnya protein hewani. Sapi adalah hewan ternak paling penting dibandingkan dengan hewan ternak lainnya yang dipelihara manusia sebagai sumber daging, susu, tenaga kerja, dan kebutuhan manusia lainnya. Ternak sapi menghasilkan sekitar 50 persen kebutuhan daging, 95 persen kebutuhan susu, dan kulitnya menghasilkan 85 persen kebutuhan kulit untuk sepatu. Sapi adalah salah satu *genus* dari *Bovidae*. Sebagai hewan ternak, sapi belum dapat diketahui secara pasti kapan mulai ditenakkan, karena setiap daerah atau negara memiliki perkembangan yang berbeda (Susanti, 2014).

Populasi Sapi Potong

Berdasarkan data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2018) dapat diketahui populasi sapi potong di Indonesia pada tahun 2014 yaitu sebesar 14.726.875 ekor, pada tahun 2015 sebesar 15.419.718 ekor, pada tahun 2016 sebesar 15.997.029 ekor, pada tahun 2017 sebesar 16.429.102 ekor dan pada tahun 2018 sebesar 17.050.006 ekor. Populasi tertinggi yaitu pada tahun 2018 dan terendah pada tahun 2016. Untuk populasi sapi potong di Sumatera Utara pada tahun 2014 yaitu sebesar 646.749 ekor, tahun 2015 sebesar 662.234 ekor, tahun 2016 sebesar 701.170 ekor, tahun 2017 sebesar 712.106 ekor, dan tahun 2018 sebesar 748.133 ekor. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa populasi sapi potong tertinggi di Sumatera Utara ada pada tahun 2018 dan terendah pada tahun 2014.

Rantai Pasok

Rantai pasok atau disebut juga *supply chain* merupakan suatu sistem tempat suatu lembaga menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga jaringan dari berbagai lembaga yang tentunya saling berhubungan yang memiliki tujuan sama, yaitu menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang sebaik mungkin (Tyagi, 2017). Secara konseptual rantai pasok merupakan waktu yang tepat, serta lokasi yang tepat, dan juga mampu meminimalisir biaya. Seluruh proses mulai dari bahan mentah mulai diproduksi atau dikelola hingga menjadi produk yang habis masa pakainya.

Bahan baku didistribusikan kepada *supplier* lalu *manufacture* yang akan melakukan proses pengolahan hingga bahan baku tersebut menjadi barang jadi yang siap didistribusikan kepada konsumen melalui distributor. Permintaan dari konsumen diterima oleh distributor kemudian distributor menyampaikan kepada *manufacture*, selanjutnya *manufacture*, dan selanjutnya *manufacture* menyampaikan informasi tersebut pada *supplier*. Menurut (Rachman, 2016) mekanisme rantai pasok untuk produk pertanian secara alami dibentuk oleh para pelaku rantai pasok itu sendiri. Untuk negara berkembang seperti Indonesia, mekanisme rantai pasok produk pertanian ditandai dengan lemahnya produk pertanian dan komposisi pasar. Keduanya akan menentukan kelangsungan mekanisme dari rantai pasok. Mekanisme rantai pasok produk pertanian bisa bersifat tradisional maupun modern. Mekanisme tradisional merupakan petani yang menjual produknya langsung ke pasar atau juga lewat tengkulak, lalu tengkulak akan menjualnya ke pasar tradisional dan pasar modern. Sedangkan mekanisme rantai pasok modern terbentuk oleh beberapa hal, diantaranya yaitu mengatasi

karakteristik produk pertanian yang lemah, meningkatkan permintaan konsumen akan produk yang berkualitas, serta memperluas jaringan pasar.

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok atau bisa disebut *supply chain management* merupakan metode, alat, atau pendekatan pengelolaannya. Namun perlu diingat bahwa manajemen rantai pasok memerlukan metode yang terintegrasi dengan dasar kolaborasi yang baik. Maka dari itu manajemen rantai pasok tidak hanya meninjau pada urusan internal perusahaan saja, tetapi juga eksternal yang menyangkut hubungan dengan perusahaan-perusahaan yang menjalin kerjasama. Koordinasi dan kolaborasi sangat diperlukan perusahaan pada *supply chain* karena perusahaan ingin memuaskan konsumen akhir yang sama, dan harus melakukan kerjasama untuk membuat produk yang bisa diterima oleh konsumen, baik dari sisi harga, kualitas, maupun waktu kirim yang *on time*. Maka dari itu saat ini persaingan bukan hanya antara satu usaha dengan usaha yang lain, tetapi antara sesama rantai pasok. Pengelolaan rantai pasok yang baik mampu memperkuat keahlian bersaing bagi rantai pasok secara keseluruhan, tetapi ada yang berkorban untuk jangka panjang. Etika menjadi hal penting untuk mencapai *supply chain* yang kuat dalam jangka panjang (Pujawan, 2017).

Food Supply Chain Network

Penerapan ini akan mempengaruhi proses bisnis yang terjadi di antara anggota rantai pasok, sedangkan bagaimana mereka terjadi juga akan mempengaruhi manajemen tentang bagaimana menerapkan sistem rantai pasoknya (Sari, 2012). Keempat bagian dalam Kerangka FSCN yaitu:

Sasaran Rantai Pasok

Sasaran pasar menjelaskan bagaimana model rantai pasok berkembang pada produk pasar. Tujuan sasaran pasar menggambarkan siapa pelanggan itu, apa yang mereka inginkan dan apa yang menjadi dasar mereka. Sasaran pasar dalam FSCN ialah upaya untuk segmentasi pasar, kualitas yang terintegrasi dan optimalisasi rantai. Sasaran Pengembangan menggambarkan sasaran yang akan dicapai di dalam rantai pasok yang coba dikembangkan oleh berbagai pihak yang terlibat. Sasaran pengembangan rantai pasok dirancang oleh para pelaku rantai pasok.

Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok menggambarkan dua bagian, yakni pelaku pasar dan aliran produk atau siapa saja yang menjadi pelaku rantai pasok dan tugas tiap pelaku rantai pasok dan bagian-bagian di dalam rantai pasok yang mampu mendorong terjadinya proses bisnis. Bagian-bagian tersebut meliputi produk, pasar, *stakeholder*, dan situasi persaingan.

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok menjelaskan sistem rantai dan struktur manajemennya. Tujuannya adalah untuk mengetahui pihak mana yang bergerak sebagai pelaku utama dalam rantai pasok yang tepat. Beberapa hal yang perlu dipelajari yaitu sistem transaksi.

Sumber Daya Rantai Pasok

Setiap pelaku dalam rantai pasok memiliki berbagai sumber daya untuk mendukung upaya pengembangan rantai pasok yang sesuai. Sumber daya dalam rantai pasok yang dipelajari meliputi sumber daya fisik, manusia, teknis dan modal.

Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis dalam rantai pasok tersebut menggambarkan aktivitas bisnis yang terjadi dalam rantai pasok tersebut karena sekarang aliran tersebut mengetahui keseluruhan rantai pasok.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran atau yang sering disebut dengan prosedur distribusi merupakan sekumpulan kelompok pelaku pemasaran yang saling bergantung dalam mendukung pembuatan produk ataupun jasa yang dapat dipakai oleh konsumen atau pengguna bisnis. Suatu usaha mampu mempersiapkan sistem saluran distribusi mereka dalam pembuatan produk dan jasa yang tersaji bagi pelanggan dengan cara yang berbeda. Masing-masing penghubung pemasaran yang melakukan yang melakukan sejumlah pekerjaan dapat membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat kepada konsumen akhir yaitu *channel level*. Karena penjual dan pembeli melakukan sejumlah kegiatan, mereka menjadi bagian dari seluruh saluran (Putri, 2018).

Efisiensi Pemasaran

Pada dasarnya konsep efisiensi pemasaran adalah ukuran yang relatif. Efisiensi pemasaran merupakan ukuran pengeluaran yang harus dipergunakan dalam kegiatan pemasaran untuk mendorong hasil yang diperoleh dari kegiatan pemasaran tersebut. Efisiensi pemasaran dapat dihitung melalui rasio “keluaran dan masukan” dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan (Fandari, 2015). Semakin tinggi nilai rasio keluaran dan masukan, maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisis rantai pasok (*supply chain*) ternak sapi telah dilakukan oleh peneliti terdahulu namun dengan metode yang berbeda. Salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2018) yang berjudul “Analisis Jaringan Rantai Pasok Sapi Potong di PT. Legiri Makmur Sentosa. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa PT tersebut merupakan salah satu bentuk usaha dalam bidang penggemukan sapi potong, dengan masa penggemukannya sekitar 3-4 bulan. Perhitungan untuk nilai tambah digunakan sebagai perhitungan besar nilai tambah pada setiap mata rantai pasoknya. Sedangkan perhitungan efisiensi digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari *supplier* konsentrat, sehingga menjadi acuan perusahaan dalam melakukan pembelian konsentrat. Untuk mencapai kinerja yang efisien maka *supplier* perlu melakukan perbaikan dengan menurunkan harga dan mempercepat proses pengiriman.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aulia, 2019) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan”. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua rantai pasok daging sapi di Kota Medan dalam menyalurkan produknya adalah rantai pasok pertama dimulai dari pedagang besar, pedagang pengecer, konsumen dan rantai pasok kedua dimulai dari pedagang besar ke konsumen. Metode penelitian ini menggunakan *purposive* (sengaja). Sampel sebanyak 25 orang.

Penelitian oleh (Kambey, 2016) yang berjudul “Analisis Rantai Pasokan Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem rantai pasok di kelurahan Rurukan sudah sangat baik dilihat dari segi informasi serta keuntungan yang didapat oleh petani. Produk yang dijual oleh petani berupa sayur kubis yang segar dan hubungan dari petani, pedagang pengepul,

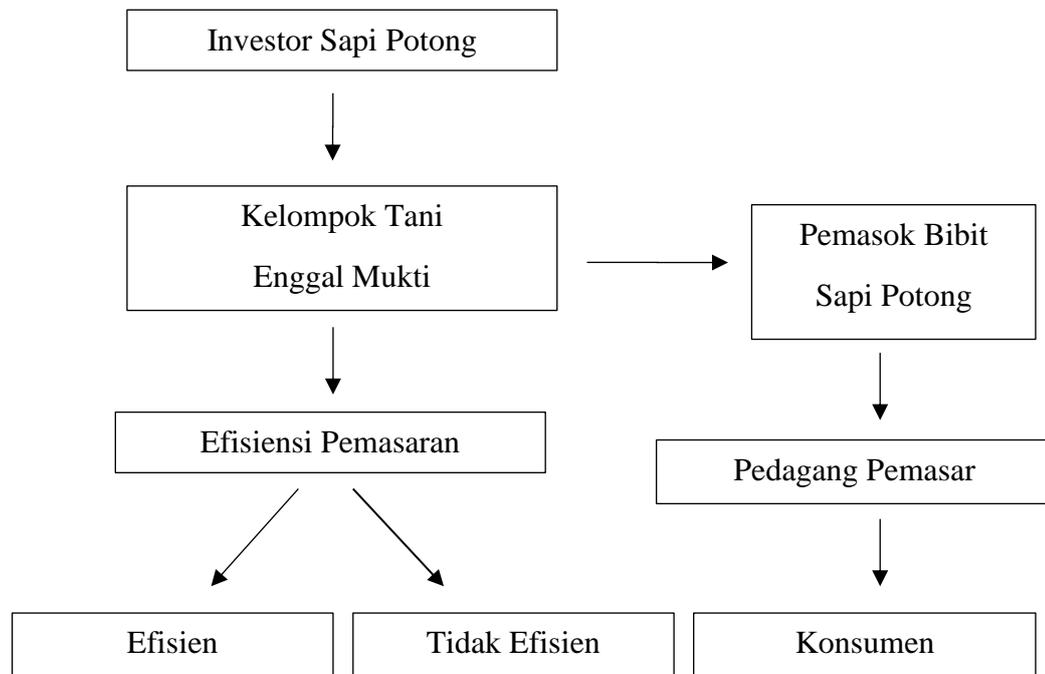
pengecer, konsumen terlihat sangat baik dilihat dari informasi serta keterlibatan oleh semua pihak dalam rantai pasok sayur kubis.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Lupita, 2017) dengan judul “Model Rantai Pasokan untuk Meningkatkan Distribusi Kualitas Daging Sapi Menggunakan Analisis Investasi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model yang diusulkan dapat digunakan untuk menentukan prioritas program peningkatan kualitas dan keberlanjutan usaha pedagang daging sapi tradisional. Dengan menggunakan model tersebut, pemerintah dapat mengambil keputusan untuk mempertimbangkan insentif untuk memperbaiki kondisi tersebut.

Kerangka Pemikiran

Peternakan sapi merupakan salah satu tempat yang menjadi naungan bagi ternak sapi untuk dapat dipelihara dan dikelola dengan baik agar menciptakan sapi yang berkualitas baik untuk sampai ke para konsumen. Penyaluran bibit sapi dari pemasok kepada kelompok tani Enggal Mukti umumnya melalui telepon. Kelompok tani Enggal Mukti merupakan tempat penggemukan dan memasarkan ternak sapi potong. Kelompok tani Enggal Mukti berfungsi sebagai lembaga atau mata rantai pemasaran ternak sapi potong yang kemudian dapat didistribusikan kepada konsumen. Aktivitas dalam kelompok tani antara lain menerima ternak sapi dari beberapa pemasok tetap, dengan melakukan kesepakatan yang telah disepakati antara pihak Enggal Mukti dan pemasok yang mendistribusikan bibit sapi kepada kelompok tani Enggal Mukti, lalu pihak Enggal Mukti melakukan pemeriksaan bibit sapi terlebih dahulu sebelum ternak ditempatkan di kandang untuk ternak. Setelah sapi sudah memenuhi standart untuk dipasarkan, selanjutnya kelompok tani Enggal Mukti akan menjual ternak sapi kepada pedagang pemasar.

Keberadaan kelompok tani Enggal Mukti didukung adanya kerjasama antara para pemasok dengan pihak kelompok tani Enggal Mukti dalam menyalurkan bibit sapinya, kerjasama antara kelompok tani Enggal Mukti dengan pedagang pemasar dalam memasarkan ternak sapi potong. Para lembaga pemasaran ternak sapi potong 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 hilir hingga ke konsumen. Oleh karena itu dapat disusun suatu kerangka pemikiran teoritis tentang rantai pasok ternak sapi potong Enggal Mukti sebagai berikut.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode *survey*, yaitu melakukan wawancara secara langsung terstruktur menggunakan kuisisioner/daftar pertanyaan sebagai alat bantu/*instrument*. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui kuisisioner dan wawancara langsung ke responden dengan menggunakan daftar pertanyaan. Data sekunder ialah data yang diperoleh dari instansi terkait dengan objek penelitian. Data sekunder digunakan untuk mengetahui keadaan geografis dan keadaan penduduk lokasi penelitian.

Lokasi Penelitian

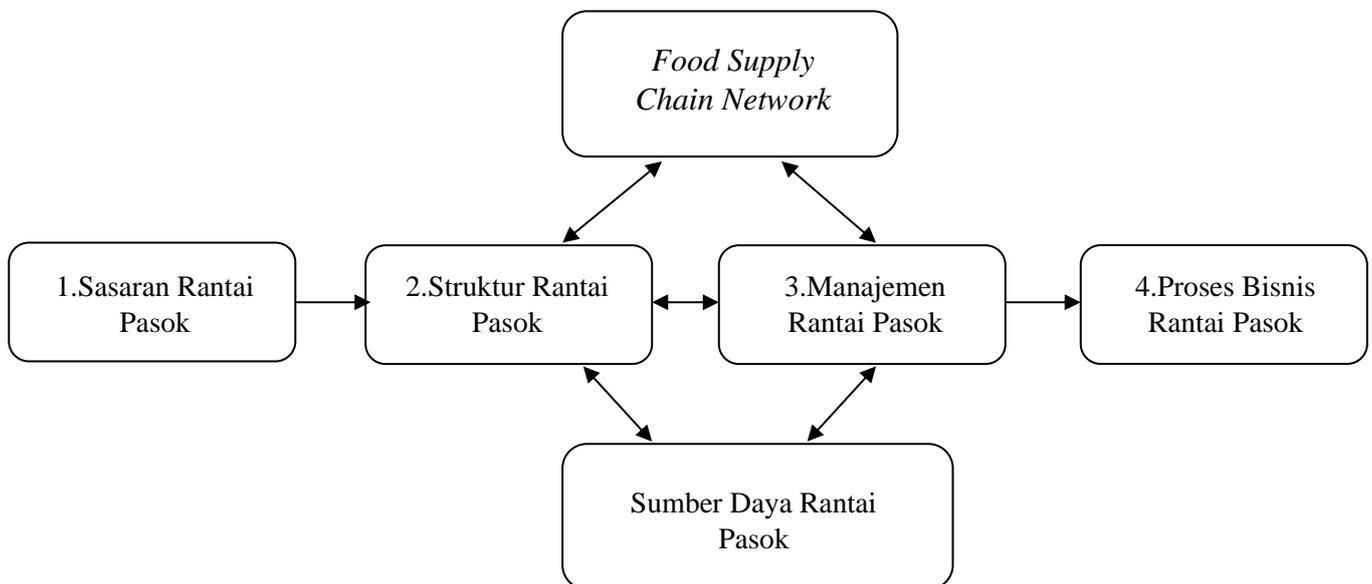
Lokasi penelitian dipilih secara *purposive sampling*, yaitu penelitian dilakukan di Enggal Mukti yang merupakan kelompok tani yang bertepatan di Jalan Jati Rejo Dusun XXII Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Sumatera Utara.

Metode Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *Snowball Sampling*. *Snowball Sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam satu jaringan atau rantai hubungan yang menerus (Nurdiani, 2014). Sampel responden yang dipilih adalah pedagang pemasar yang mengambil sapi potong untuk dipasarkan kembali kepada konsumen dan anggota kelompok tani yang berperan sebagai investor. Pedagang pemasar sebanyak 15 orang dan anggota kelompok tani sebanyak 17 orang.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis masalah (1), digunakan analisis deskriptif *Food Supply Chain Network*, merupakan rangka kerja rantai pasok yang dikembangkan oleh Vorst. Analisis ini merupakan analisis yang biasanya digunakan untuk menganalisis suatu rantai pasok pada produk pertanian. Pada suatu rantai pasok terdapat suatu sistem rantai pasok yang terintegrasi dan terkoordinasi dengan baik. Kondisi rantai pasok dapat diketahui dengan menganalisis sasaran rantai, struktur rantai, sumber daya rantai, dan proses bisnis rantai (Vorst, 2006).



Gambar 2. Kerangka Analisis Deskriptif *Food Supply Chain Network*

Pada kerangka analisis deskriptif rantai pasok dengan FSCN, terdapat garis saling berhubungan. Terdapat hubungan garis searah dan dua arah. Hubungan garis yang searah menunjukkan bahwa satu bagian mempengaruhi bagian lainnya. Garis hubung dua arah menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang saling mempengaruhi di antara keduanya. Dalam manajemen rantai pasok, target tidak mempengaruhi target terlebih dahulu.

Untuk menganalisis masalah (2), digunakan analisis *margin* pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. *Margin* pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga antara lembaga pemasaran satu dengan lembaga pemasaran sebelumnya. *Farmer share* dapat diartikan sebagai persentase antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen. Semakin besar persentasenya maka semakin efisien pemasaran tersebut dan begitu pun sebaliknya.

Kemudian untuk menghitung efisiensi pemasaran di Enggal Mukti adalah sebagai berikut.

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

Maka jika nilai efisien pemasaran $< 50\%$ artinya pemasaran efisien, namun jika nilai efisien $> 50\%$ berarti pemasaran tidak efisien, dan jika nilai efisien pemasaran $= 50\%$ maka pemasaran tersebut sudah efisien (Soekartawi, 2002).

Batasan Operasional

1. Daerah penelitian adalah di desa Sampali kabupaten Deli Serdang.
2. Sampel penelitian adalah pedagang pemasar dan anggota kelompok tani Enggal Mukti.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2020.
4. Data yang digunakan adalah 2017, 2018, dan 2019.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Desa Sampali kecamatan Percut Sei Tuan kabupaten Deli Serdang memiliki luas wilayah 2.301,09 ha dengan jumlah dusun yaitu 25 dusun, 53 RW, dan 106 RT. Jarak desa ke Ibu kota kecamatan adalah 7 km². Desa Sampali memiliki topografi pada ketinggian di atas permukaan laut (rata-rata) 5 meter.

Batas-batas wilayah yang berbatasan langsung yaitu sebagai berikut.

1. Sebelah Utara berbatasan dengan desa Pematang Johar.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan desa Bandar Setia.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Medan Estate / Laut Dendang.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan kelurahan Pulo Brayon Darat.

Desa Sampali memiliki kontur tanah hamparan, curah hujan rata-rata 2.238 m³ / tahun dengan suhu udara rata-rata 24°C s.d. 32°C.

Kedudukan Penduduk

Penduduk desa Sampali berjumlah 25.887 jiwa yang terdiri dari 11.593 jiwa laki-laki dan 14.294 jiwa perempuan, dengan jumlah 6.725 KK. Jumlah penduduk dapat dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Desa Sampali

No	Penduduk	Jumlah (jiwa)
1	Laki-laki	11.593
2	Perempuan	14.294

Sumber: Kantor Desa Sampali

Tabel 3. Jumlah Penduduk 15 Tahun ke-atas Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)
1	PNS/TNI/POLRI	287
2	Petani	119
3	Pedagang	445
4	Angkutan	144

Sumber: Kantor Desa Sampali

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Agama

No	Agama	Jumlah (jiwa)
1	Islam	18.300
2	Kristen Protestan	967
3	Khatolik	500
4	Hindu	120
5	Budha	6.000

Sumber: Kantor Desa Sampali

Penggunaan Tanah

Penggunaan lahan dan pengelolaan lahan memiliki dampak besar terhadap sumberdaya alam yang ada di setiap daerah. Lahan yang terdapat di desa Sampali termasuk di dalamnya ialah lahan perkebunan, perkantoran, pemukiman umum, pemukiman *real estate*, ladang masyarakat, dan kuburan.

Tabel 5. Penggunaan Lahan Berdasarkan Luas Lahan

No	Penggunaan Lahan	Luas Lahan (ha)
1	Perkebunan	1.799
2	Perkantoran	3,5
3	Pemukiman Umum	233
4	Pemukiman <i>Real Estate</i>	235
5	Ladang Masyarakat	15
6	Kuburan	5

Sumber: Kantor Desa Sampali

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana atau prasarana ialah perlengkapan yang disediakan oleh pemerintahan yang dapat digunakan untuk kepentingan bersama dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Maka dapat diperoleh data jumlah sarana dan prasarana yang dimiliki desa Sampali, yaitu sebagai berikut.

Tabel 6. Sarana dan Prasarana Umum

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (unit)
1	Pasar	2
2	Titi/Jembatan	12
3	Masjid	9
4	Kuil	1
5	Pos Kamling	25
6	Pustu	1
7	Puskesmas	1
8	Lapangan Bola kaki	6
9	Swalayan	10
10	Kantor Pos Pembantu	1
11	Hotel	1
12	Bank	5

Sumber: Kantor Desa Sampali

Karakteristik Sampel Pedagang Pemasar

Subjek penelitian ini adalah pedagang pemasar sebanyak 15 orang. Karakteristik sampel adalah mengenai usia, pendidikan, dan pekerjaan. Adapun karakteristik sampel pedagang pemasar dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Karakteristik Sampel Pedagang Pemasar

No	Karakteristik	Rata-rata
1	Usia	36 Tahun
2	Pendidikan	SMP
3	Pekerjaan	Peternak

Sumber: Data Primer Diolah 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rantai Pasok Ternak Sapi Potong

Sapi potong merupakan jenis sapi yang memiliki produktivitas yang tinggi. Namun, perlu penanganan dan pendistribusian yang tepat sasaran terhadap sapi potong ini untuk dapat menjaga kualitasnya. Oleh karena itu, kerjasama menjadi hal yang penting terutama antara anggota rantai pasok dari hulu ke hilir untuk menjaga kualitas sapi hingga ke tangan konsumen. Aliran rantai pasok sapi di kelompok tani Enggal Mukti adalah pemasok bibit sapi, kelompok tani, pedagang pemasar, dan konsumen. Pada jenis sapi potong ini, sapi yang didistribusikan harus memiliki standar dan kriteria tertentu sesuai dengan permintaan pedagang. Standar tersebut wajib dipatuhi oleh kelompok tani Enggal Mukti karena jika tidak memenuhi standar, produk sapi akan ditolak dan pedagang akan pindah ke kelompok tani lain. Oleh karena itu, kepercayaan dan kesesuaian standar sapi sangat penting untuk menilai tingkat efisiensi pemasaran sapi potong.

Gambaran Umum Kelompok Tani Enggal Mukti

Kelompok tani Enggal Mukti adalah kelompok tani yang berdiri pada tanggal 24 Agustus 2008 didirikan oleh Bapak Sugito dengan jumlah anggota yang awalnya hanya 3 orang dan sekarang jumlah anggota sudah 17 orang. Enggal mukti merupakan bentuk usaha mandiri dengan skala usaha ternak yang mencapai 2.000 ekor sapi dengan jumlah sapi yang telah laku dipasarkan sebanyak 1.700 ekor per tahun. (Dapat dilihat pada lampiran 5).

Kelompok tani Enggal Mukti memiliki 176 orang pekerja yang meliputi 16 orang sebagai pengangon sapi, 22 orang pengarit rumput untuk pakan sapi, 12 orang pembersih kandang, dan 126 orang sebagai pengantar sapi ke pedagang.

Gambaran Umum Pedagang Pemasar

Pedagang pemasar adalah pedagang yang membeli sapi potong dari kelompok tani Enggal Mukti dalam bentuk sapi hidup dengan standar umur sapi yang dapat diambil kisaran 1 tahun. Pedagang pemasar ini berasal dari daerah Deli Serdang, Aceh, dan Padang. Proses pemesanan sapi oleh pedagang pemasar dari kelompok tani Enggal Mukti yaitu melalui telepon atau dengan datang langsung ke lokasi peternakan. Proses distribusi sapi potong dari Enggal Mukti ke pedagang pemasar yaitu sapi yang telah dipesan atau dibeli oleh pedagang kemudian akan dikirim ke lokasi pemesanan menggunakan mobil *pick up* atau mobil truk dengan kapasitas mobil yang mampu menampung lebih dari 400 kg per mobil. Proses pembayaran dalam penjualan sapi potong oleh pedagang ke Enggal Mukti yaitu melalui kesepakatan bersama antara pihak pedagang dengan kelompok tani.

Food Supply Chain Network

Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok merupakan suatu tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan manajemen rantai pasok. Aspek yang akan disajikan merupakan tujuan dari rantai pasok ternak sapi potong yang dilakukan oleh kelompok tani Enggal Mukti di desa Sampali. Sasaran yang telah ditetapkan tersebut nantinya akan digunakan sebagai acuan apakah suatu sistem rantai pasok sudah berjalan dengan baik atau perlu dievaluasi kembali. Sasaran rantai dibagi menjadi dua, yaitu sasaran pasar dan sasaran pengembangan rantai pasok.

Sasaran Pasar

Sasaran pasar usaha ini masih sebatas pasar domestik. Hal ini disebabkan produk agribisnis yang umumnya mudah rusak yang menjadi pertimbangan untuk melakukan ekspor. Sasaran pasar utama Enggal Mukti yaitu pedagang pemasar dan konsumen yang berada di daerah Deli Serdang, Aceh, dan Padang. Dilihat dari jarak tempuhnya, Deli Serdang, Aceh, serta Padang juga dinilai *reliable* bagi kelompok tani Enggal Mukti untuk mengembangkan pasar.

Sasaran pasar akan dijelaskan dalam upaya segmentasi pasar, kualitas yang terintegrasi, dan optimalisasi rantai. Kualitas dan kuantitas sapi potong yang dipasarkan telah disesuaikan dengan permintaan dan harapan pedagang dan konsumen, yaitu dengan kriteria sapi yang berumur di atas satu tahun dan berat sapi lebih dari 80 kg. Pedagang dan konsumen yang melakukan pemesanan di kelompok tani Enggal Mukti sangat kritis terhadap kualitas dan kuantitas sapi yang dipesan, sehingga sapi yang dipesan harus sesuai dengan kesepakatan.

Sasaran Pengembangan

Sasaran pengembangan adalah tujuan utama dalam aliran rantai pasok dengan mengembangkan suatu hal secara terintegrasi. Koordinasi dan kolaborasi yang baik harus dilakukan oleh seluruh pelaku rantai pasok dan pihak lain yang terlibat karena pengembangan rantai pasok tidak mudah dilakukan. Sasaran pengembangan yang ingin dicapai rantai pasok ternak sapi potong pada kelompok tani Enggal Mukti adalah penguatan rantai pasok dengan cara membuka beberapa cabang usaha ternak serta memiliki kerjasama dengan beberapa pihak, seperti kemitraan. Kerjasama kemitraan ataupun koordinasi lainnya yang melibatkan peternak mitra, Enggal Mukti dan pihak pedagang pemasar diarahkan kepada

perbaikan dan peningkatan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk, dan pengembangan serta perbaikan infrastruktur.

Sasaran pengembangan yang menjadi prioritas kelompok tani Enggal Mukti adalah perbaikan sistem pendataan sapi dan perluasan areal angon. Dengan hanya memiliki sedikit areal lahan untuk angon menyebabkan sapi-sapi tersebut tidak mendapatkan makanan secara maksimal. Untuk itu, perlu adanya lahan khusus untuk angon sapi sehingga mampu memberi makanan yang cukup untuk ternak sapi serta akan menekan biaya produksi.

Selain beberapa hal di atas, hal lain yang ingin dikembangkan adalah memperluas pangsa pasar penjualan sapi potong di pasar. Salah satunya ditandai dengan banyaknya pedagang besar yang bersedia memesan dan membeli sapi kepada kelompok tani. Untuk itu, perlu dikembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas pangsa pasar tersebut.

Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok adalah kajian yang menganalisis siapa saja anggota yang terlibat beserta fungsi dalam rantai pasok dan aliran rantai pasok. Tujuan menganalisis struktur rantai pasok adalah menganalisis anggota yang berperan penting bagi keberhasilan rantai pasok sesuai dengan tujuan *supply chain*.

Struktur rantai pasok mendeskripsikan anggota atau pelaku utama dari jaringan rantai pasok serta menjabarkan peranannya masing-masing. Selain itu, struktur rantai pasok juga menjelaskan bagian-bagian dalam rantai pasok yang mampu mendukung jalannya proses bisnis. Tujuan menganalisis struktur rantai pasok adalah untuk memilah anggota yang berperan sangat penting bagi

keberhasilan rantai pasok yang sejalan dengan tujuan rantai pasok. Oleh karena itu, perhatian dan sumberdaya manajerial perlu dialokasikan.

Anggota *Supply Chain*

Anggota Primer *Supply Chain*

Enggal Mukti sebagai pelaku yang berperan dalam proses budidaya dan juga pemasaran sapi potong dan pedagang besar/*broker* sebagai konsumen. Tiap anggota *supply chain* harus memiliki hubungan yang terkordinasi secara baik untuk menjalankan proses bisnis *supply chain*. Anggota primer *supply chain* ternak sapi potong antara lain :

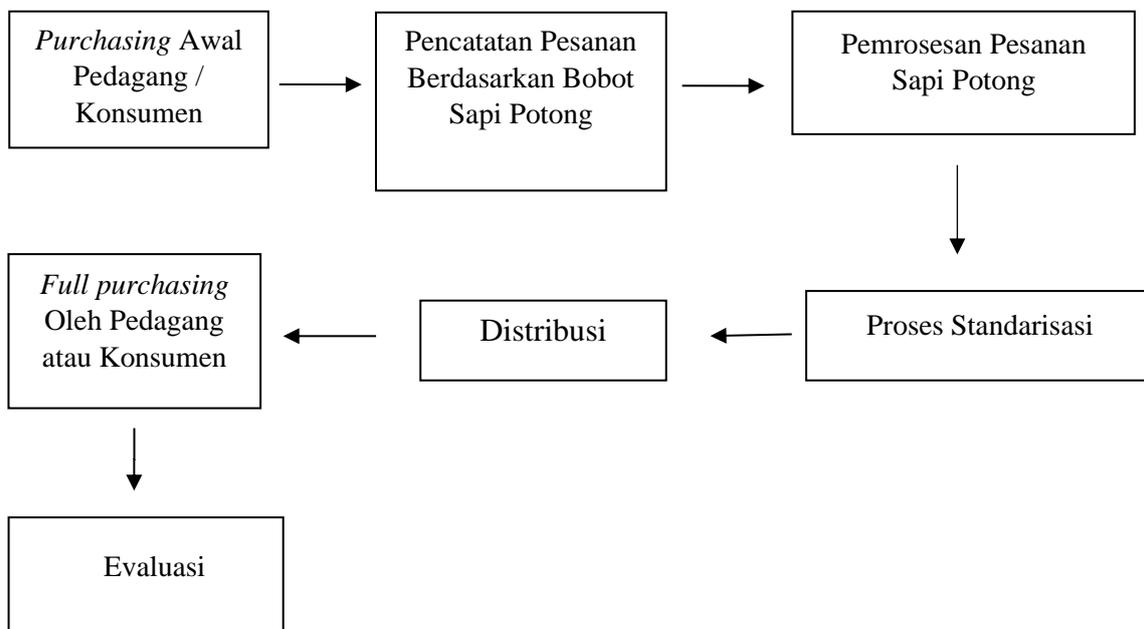
Kelompok Tani Enggal Mukti

Kelompok tani Enggal Mukti adalah badan usaha yang berbentuk kelompok ternak, yaitu ternak sapi. Dalam kelompok tani Enggal Mukti terdapat 17 anggota yang menanam modal di dalam kelompok tani tersebut. Untuk dapat bergabung sebagai anggota kelompok tani, setiap calon anggota harus menyediakan modal minimal 50 juta dan maksimal 150 juta. Enggal Mukti merupakan kelompok tani yang menjalankan usaha bisnisnya dengan melakukan penggemukan dimulai dari bibit sapi berumur 4 bulan dan nantinya sapi-sapi tersebut digemukkan dan dirawat sampai sapi umur 1 tahun sehingga layak untuk dijual.

Enggal Mukti memiliki 3 kandang dengan total luas kandang sebesar 7 ha dan rata-rata luas kandang sebesar 2,5 ha. Adapun dalam setiap satu kandang terdapat sekitar 800 ekor sapi. Adapun jenis sapi yang lebih banyak dibudidayakan dalam kelompok tani Enggal Mukti adalah jenis sapi *madrasin* atau persilangan antara sapi *limosin* dan sapi madura dengan bobot sapi 90 kg.

Proses pemesanan ternak sapi potong dimulai dengan adanya *purchase* atau pembelian dari pihak pedagang atau konsumen ke kelompok tani. Setelah *purchase order* dicatat oleh marketing, kemudian *marketing* kelompok tani Enggal Mukti akan menghubungi bagian produksi untuk menyiapkan sapi yang diminta oleh pedagang atau konsumen. Sapi akan diproses dalam bentuk perlakuan standarisasi. Sapi yang telah melalui proses perlakuan pascapanen kemudian akan didistribusikan melalui pengangkutan ke mobil *pickup* untuk diantar ke pedagang atau konsumen.

Kemudian dalam produk hilirisasi yang lain, kelompok tani Enggal Mukti tidak hanya berperan sebagai penyedia sapi potong saja tetapi juga menerima pemesanan sapi dalam bentuk daging sapi sesuai permintaan pedagang dan konsumen. Penjualan dalam bentuk daging biasanya dilakukan untuk kebutuhan hari raya idul fitri, idul adha, serta tahun baru. Adapun penjelasan lengkapnya dapat dilihat dari bagan berikut.



Gambar 3. Proses Produksi dan Pemesanan Kelompok Tani Enggal Mukti

Pedagang Pemasar

Pedagang pemasar pada kelompok tani Enggal Mukti adalah pedagang yang membeli sapi dari kelompok tani dan melakukan aktivitas penjualan sapi potong dan juga hilirisasi terhadap sapi dalam bentuk sapi hidup. Setelah itu sapi potong dijual dengan harga Rp 14.500.000 per ekor yang kemudian dijual kepada konsumen langsung.

Hampir setiap rantai pasok sapi potong terdiri dari peternak sebagai produsen, perusahaan sebagai *driven demand*, dan pedagang besar sebagai konsumen. Seluruh pelaku pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini sama dengan penelitian rantai pasok di desa Sampali yaitu terdirdaripemasok, kelompok tani Enggal Mukti, pedagang pemasar, dan konsumen.

Kemudian masing-masing anggota rantai produsen mendapatkan harga beli sesuai kesepakatan dengan kelompok tani Enggal Mukti. Perubahan harga jual sapi potong dalam aliran rantai pasok disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8. Harga Jual Sapi Potong di Setiap Tingkatan

	Kelompok Tani Enggal Mukti	Pedagang Pemasar
Sapi potong per Ekor Bobot 90 kg	Rp 13.500.000	Rp 14.500.000

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Sapi potong yang berasal dari kelompok tani dihargai dengan harga kesepakatan yang sudah terjalin sebesar Rp 13.500.000 dengan bobot sapi 90 kg per ekor, yang dijual pedagang pemasar dengan harga Rp 14.500.000 per ekor. Kemudian untuk seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pelaku pemasaran dapat dilihat dari tabel berikut :

Table 9. Aktivitas Pelaku Pemasaran

Fungsi Supply chain	Enggal Mukti	Pedagang Pengumpul
Fungsi Pertukaran		
Penjualan	√	√
Pembelian	√	√
Fungsi Fisik		
Budidaya	√	
Pengepulan	√	√
Pengangkutan	√	√
Fungsi Fasilitas		
Standarisasi/grading	√	√
Pembiayaan	√	√
Penanggungan resiko	√	√
Informasi harga	√	√

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

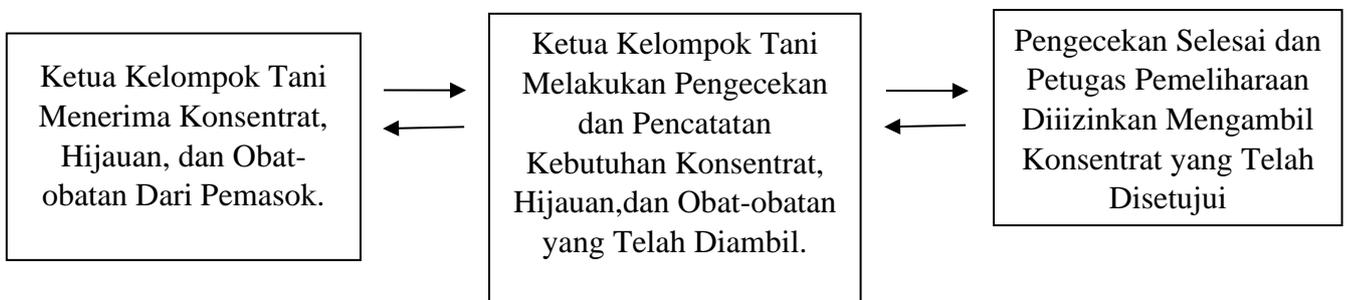
Dari tabel 9 di atas juga dapat disimpulkan bahwa yang berperan penting dalam proses bisnis adalah kelompok tani Enggal Mukti dimana kelompok tani tidak hanya melakukan aktivitas pemasaran melainkan juga melakukan proses budidaya sapi potong. Sementara untuk pedagang pemasar hanya berperan menjual kembali dengan melakukan sedikit hilirisasi sapi potong menjadi daging sapi jika ada pemesanan dari konsumen dalam bentuk daging.

Anggota Sekunder Supply Chain

Anggota sekunder menyediakan kebutuhan pendukung untuk seluruh kegiatan produksi dan logistik rantai pasok. Semua penyediaan input disediakan oleh kelompok tani Enggal Mukti kecuali konsentrat, obat-obatan serta kebutuhan pendukung untuk perawatan sapi.

Untuk kebutuhan obat-obatan dan juga logistik seperti obat cacing, kebutuhan vitamin dan mineral diambil dari para pemasok. Pemasok tidak hanya sebagai penyedia bibit tetapi juga sebagai penyedia konsentrat dan penghijauan serta obat-obatan kepada kelompok tani Enggal Mukti untuk mendukung proses pemeliharaan dan perawatan sapi potong. Khusus untuk obat-obatan jenis obat yang dipakai ada berbagai macam. Untuk obat anti cacing kelompok Enggal Mukti memesan injeksi *ivermectin* setiap 3-4 bulan. Kemudian untuk kebutuhan vitamin dan mineral kelompok tani Enggal Mukti memesan *cardiofit*. *Cardiofit* ini berguna untuk meningkatkan dan menjaga metabolisme sapi supaya tetap dalam kondisi stabil.

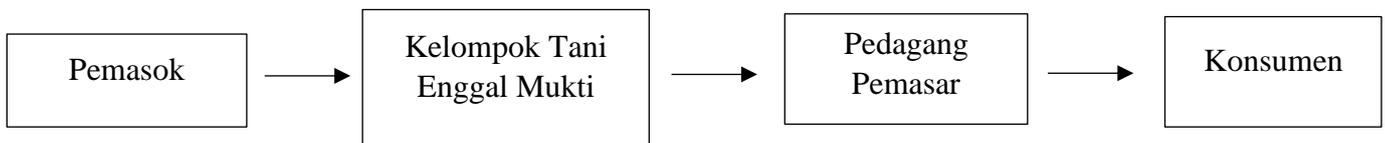
Hal yang terpenting lain adalah penyediaan konsentrat. Konsentrat yang dipesan oleh kelompok tani Enggal Mukti terdiri dari jerami padi dan pucuk jagung muda. Jerami padi dan pucuk jagung muda biasanya dipesan setiap satu bulan sekali. Siklus kebutuhan ini harus dijalankan secara efektif dan saling terintegrasi. Untuk itu, kelompok tani Enggal Mukti selalu menjaga dan mengawasi setiap kegiatan perawatan dan pemeliharaan sapi potong, khususnya dalam hal pengadaan konsentrat dan obat-obatan. Prosedur pengadaan kebutuhan konsentrat dan obat-obatan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Prosedur Pengadaan Kebutuhan Konsentrat dan Obat-Obatan

Prosedur pengadaan kebutuhan bahan baku dimulai dari ketua kelompok tani menerima konsentrat, hijauan, dan obat-obatan dari pemasok dan juga logistik lainnya. Kemudian ketua kelompok tani akan mencatat segala kebutuhan konsentrat, hijauan, dan obat-obatan. Setelah dapat persetujuan ketua kelompok tani, maka petugas pemeliharaan akan memberikan kebutuhan logistik tersebut untuk ternak-ternak sapi.

Pola Aliran dalam *Supply Chain*



Gambar 5. Pola Aliran Rantai Pasok Ternak Sapi Potong

Dalam gambar dapat dilihat bahwa aliran rantai pasok sapi potong dimulai dari pemasok yang menyediakan bibit, konsentrat dan hijauan, serta obat-obatan. Setiap tahun pemasok harus menyediakan bibit sebanyak 2.000 ekor, kebutuhan hijauan untuk setiap sapi perhari adalah 18 kg, konsentrat untuk setiap sapi adalah 2,7 kg perhari dan beberapa jenis obat seperti *cardiofit*. Selanjutnya kelompok tani Enggal Mukti melakukan penggemukan selama 1 tahun, kemudian setelah 1 tahun kelompok tani Enggal Mukti mengadakan *launching* untuk hewan ternaknya dengan bobot sapi kisaran 90 kg per ekor. Setelah *launching* kelompok tani Enggal Mukti dan pedagang pemasar melakukan kesepakatan harga dan juga jenis sapi yang akan diambil serta waktu pengantaran. Untuk ditingkat pedagang pemasar tidak ada perlakuan khusus karena para pedagang pemasar hanya sebagai agen besar yang menjual sapi potongnya langsung ke tangan konsumen.

Manajemen Rantai Pasok

Rantai pasok merupakan bagian dari *food supply chain network* yang perlu ditingkatkan lagi integrasinya. Manajemen terdiri dari berbagai bentuk koordinasi dan kolaborasi dari seluruh anggota rantai pasok dalam memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Tujuan utama manajemen rantai pasok yaitu penurunan biaya, penurunan modal, dan perbaikan layanan (Anatan dan Ellitan 2008). Sumber daya manusia merupakan salah satu elemen yang berperan penting dalam pengelolaan supply chain. Keberadaan manajemen rantai pasok akan memilah dan menunjukkan pihak mana yang berperan sebagai pengatur dan pelaku utama rantai pasok.

Sistem Transaksi

Transaksi yang dilakukan kelompok tani Enggal Mukti dengan pihak pedagang pemasar dan konsumen menggunakan faktur penjualan. Transaksi antara kelompok tani Enggal Mukti dan pedagang dibuat berdasarkan kesepakatan harga pasar dan sistem pembayaran tunai. Para pedagang dan konsumen akan membayar *down payment* (DP) pada saat pemesanan kemudian ketika sapi sudah tiba di tempat pelanggan, maka pelunasan akan dilakukan baik melalui pembayaran tunai ataupun secara *transfer*.

Sumber Daya Rantai Pasok

Aspek sumber daya menjelaskan penggunaan sumberdaya dalam proses siklus rantai pasok. Sumber daya rantai pasok digunakan sebagai upaya dalam pengembangan rantai pasok. Sumber daya rantai pasok terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan permodalan.

Sumber daya Fisik

Sumber daya fisik rantai pasok sapi potong terdiri dari kandang, pakan, obat-obatan peralatan produksi. Jumlah kandang yang dimiliki untuk peternakan sapi potong di kelompok tani Enggal Mukti adalah sebanyak 3 kandang dan rata-rata luas kandang untuk sapi masing-masing seluas 2,5 ha dengan total luas kandang sebesar 7 ha.

Lokasi usaha menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan usaha. Kelompok tani Enggal Mukti berada di daerah yang memiliki cuaca tropis untuk membuat sapi tetap dalam kondisi sehat, akses bahan baku cukup mudah yang diperlukan oleh kelompok tani Enggal Mukti, sehingga aksesibilitas kelompok tani menjadi mudah baik ke pemasok maupun ke pedagang pemasar. Selain itu, daerah kandang juga ditunjang oleh jalur transportasi yang baik dan kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi kelompok tani Enggal Mukti. Untuk kegiatan distribusi sapi, kelompok tani Enggal Mukti memiliki 20 unit mobil *pickup* dan 10 unit mobil truk.

Sumber daya Manusia

Sumber daya manusia di kelompok tani Enggal Mukti memiliki 176 orang pekerja yang meliputi 16 orang untuk angon sapi, 22 orang sebagai pengarit untuk makan sapi, 12 orang pembersih kandang dan 126 orang untuk pengiriman sapi potong. Fasilitas yang dimiliki oleh kelompok tani Enggal Mukti adalah 20 unit mobil *pickup* dan 10 unit mobil truk untuk pengambilan bibit sapi dan pengiriman sapi. Kegiatan distribusi sapi potong melibatkan tenaga kerja sekitar 3 orang yang bertugas dalam bagian *marketing* yang berasal dari kelompok tani Enggal Mukti.

Sumber Daya Modal

Aspek permodalan yang digunakan untuk menunjang proses bisnis rantai pasok sapi potong ini dikatakan sudah mapan. Permodalan kelompok tani Enggal Mukti sejauh ini berasal dari modal sendiri tanpa ada campur tangan lembaga keuangan lainnya.

Proses Bisnis Rantai

Proses bisnis rantai menjelaskan proses-proses yang terjadi di dalam rantai pasokan untuk mengetahui apakah keseluruhan alur rantai pasok sudah terintegrasi dan berjalan dengan baik atau tidak.

Hubungan Proses Bisnis Rantai

Proses dalam rantai pasok dapat ditinjau dari dua sisi, yakni tinjauan siklus dan tinjauan *pull/push*. Pada tinjauan siklus, proses di dalam rantai pasok dibagi ke dalam beberapa rangkaian siklus antara lain *procurement*, *replenishment*, dan *customer order*. Sedangkan pada tinjauan *push/pull*, proses di dalam rantai pasok dilihat apakah sebagai upaya untuk merespon permintaan konsumen atau untuk mengantisipasi permintaan konsumen. Pada proses tarik (*pull*), proses dilakukan untuk merespon pesanan konsumen, sedangkan pada proses dorong (*push*), proses dilakukan untuk mengantisipasi pesanan konsumen yang akan datang (Chopra dan Meindl 2007).

Procurement adalah siklus pemesanan setiap bahan baku. Enggal Mukti dalam *supply chain* sapi potong mendapatkan pasokan bibit sapi dari pemasok sehingga siklus *procurement* yang dilakukan adalah dengan cara memesan bibit sapi (jumlah bibit sapi, jenis bibit sapi dan kualitas bibit sapi) kepada pemasok melalui bagian produksi. Adapun bibit sapi yang dipesan memiliki kisaran umur 4

bulan. Proses pemesanan (*pre-order*) bibit sapi ini dilakukan oleh kelompok tani Enggal Mukti berdasarkan kebutuhan pasar dan banyaknya permintaan dari pedagang pemasar dan konsumen. Pemesanan biasanya dilakukan melalui telepon ataupun datang langsung. Hubungan proses antara pemasok dan kelompok tani Enggal Mukti bersifat proses *push*, dimana kelompok tani Enggal Mukti dapat melakukan pemesanan bibit sapi berdasarkan kebutuhan dimasa sekarang maupun kebutuhan dimasa yang akan datang.

Setelah melakukan pembelian bibit sapi umur 4 bulan, kelompok tani Enggal Mukti melakukan aktivitas penggemukan sapi selama 10 bulan – 1 tahun dengan target bobot berat sapi harus mencapai 90 kg dikarenakan permintaan pedagang pemasar atau konsumen dengan berat tersebut.

Kemudian untuk siklus produksi yang dilakukan oleh kelompok tani dilakukan berdasarkan jumlah dan ukuran pesanan sapi yang diminta pedagang pemasar. Hubungan proses antara kelompok tani dan pedagang pemasar mengarah pada proses *push*. Sedangkan siklus produksi yang dilakukan oleh pedagang pemasar dilakukan berdasarkan permintaan konsumen.

Untuk *replenishment* sendiri merupakan siklus penambahan atau pergantian sapi potong dari penjual atau pemasok kepada pembeli. Untuk bibit sapi jika tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh kelompok tani Enggal Mukti, maka pemasok bersedia melakukan pergantian bibit sapi sebanyak yang tidak sesuai dengan standart tersebut. Kemudian untuk *replenishment* produk sapi pedagang pemasar atau konsumen kelompok tani bersedia untuk mengganti sapi yang tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan oleh kelompok tani Enggal Mukti

maupun pedagang pemasar. Untuk *customer order* dilakukan oleh pedagang pemasar dengan memesan secara langsung kepada pihak kelompok tani.

Pola Distribusi

Pola distribusi dalam *supply chain* sapi potong, yakni mulai dari bibit sapi sampai sapi siap dijual. Adapun bibit sapi yang didistribusikan oleh pemasok ke kelompok tani Enggal Mukti dilakukan dengan sistem antar langsung ke lokasi atau ambil langsung ke lokasi pemasok dan pendistribusiannya dilakukan dengan menggunakan mobil *pick up*. Kemudian pada lembaga pemasaran kelompok tani Enggal Mukti, sapi yang didistribusikan oleh kelompok tani merupakan sapi dengan kualitas baik dengan kategori sapi tersebut dalam keadaan sehat dan bobotnya sudah sesuai dengan permintaan pedagang atau konsumen. Pengiriman sapi dilakukan dari kelompok tani ke lokasi pedagang pemasar. Kelompok tani menggunakan mobil *pick up* untuk pengantaran pesanan dengan jumlah sapi yang sedikit, akan tetapi ketika jumlah pesanan sapi dalam jumlah banyak, proses pengantarannya menggunakan mobil *truck*. Sapi yang telah sampai di bagian *receiving*, dilakukan pengecekan kuantitas sapi kemudian diperiksa kembali beratnya dan dilakukan pencatatan lalu dimasukkan ke dalam mobil *pick up* atau mobil *truck*. Pengiriman sapi dilakukan pada pukul 23.00 wib dan langsung kepedagang pemasar yang berlokasi di Aceh dan Padang. Untuk daerah Deli Serdang waktu pengiriman sapi dilakukan berdasarkan kesepakatan antara kelompok tani Enggal Mukti dengan pedagang.

Efisiensi Pemasaran

Tabel 10. *Margin* Pemasaran Ternak Sapi Potong di Setiap Tingkatan

No	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/ekor)	<i>Margin</i> Pemasaran (Rp)	Efisiensi (%)
1	Pemasok			
	Harga Beli	5.000.000		
	Biaya	1.275.000	4.000.000	14,2
	Harga Jual	9.000.000		
	Keuntungan	2.725.000		
2	Kelompok Tani			
	Harga Beli	9.000.000		
	Biaya	1.900.000	4.500.000	14,1
	Harga Jual	13.500.000		
	Keuntungan	2.600.000		
3	Pedagang Pemasar			
	Harga Beli	13.500.000		
	Biaya	500.000	1.000.000	31,7
	Harga Jual	14.500.000		
	Keuntungan	500.000		
	Total	84.825.000	14.500.000	
	Rata-rata	7.068.750	4.833.333	60

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Sedangkan untuk perhitungan efisiensi pemasaran kita harus membandingkan antara biaya pemasaran dengan harga jual untuk mendapatkan nilai efisiensi tersebut di masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat.

1. Pemasok

$$Efisiensi = \frac{Biaya\ Pemasaran}{Harga\ Jual} \times 100\ %$$

$$Efisiensi = \frac{Rp\ 1.275.000}{Rp\ 9.000.000} \times 100\ %$$

$$= 14,2\ %$$

2. Kelompok Tani

$$Efisiensi = \frac{Biaya Pemasran}{Harga Jual} \times 100 \%$$

$$Efisiensi = \frac{Rp 1.900.000}{Rp 13.500.000} \times 100 \%$$

$$= 14,1 \%$$

3. Pedagang Pemasar

$$Efisiensi = \frac{Biaya Pemasran}{Harga Jual} \times 100 \%$$

$$Efisiensi = \frac{Rp 500.000}{Rp 14.500.000} \times 100 \%$$

$$= 31,7 \%$$

Berdasarkan tabel margin pemasaran dan perhitungan efisiensi pemasaran dapat kita ketahui ditingkat pemasok margin pemasarannya sebesar Rp 4.000.000 untuk ditingkat kelompok tani margin pemasarannya sebesar Rp 4.500.000 , dan untuk ditingkat pedagang pemasar margin pemasarannya sebesar Rp 1.000.000. Dimana margin pemasaran didapat dari selisih harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran (Sibuea, 2013).

Pemasok

Pemasok adalah lembaga yang menyalurkan produk dalam bentuk bibit sapi. Pemasok memberikan ketetapan harga jual bibit sapi kepada kelompok tani Enggal Mukti yaitu dengan harga Rp 9.000.000 dengan biaya grading yaitu sebesar Rp 675.000 per ekor, biaya transportasi sebesar Rp 250.000, dan biaya

penanggungian risiko sebesar Rp 350.000 per ekor. (Tabel biaya di pemasok dapat dilihat pada lampiran 3).

Penelitian ini menelusuri penjualan bahan baku bibit sapi sampai menjadi sapi siap jual, dimulai dari pemasok sampai ke kelompok tani Enggal Mukti. Perlakuan pascapanen yang dilakukan berupa penanganan di bagian grading, pengangkutan, dan penanggungian risiko.

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa lembaga pemasaran ditingkat pemasok telah menunjukkan pemasaran yang efisien. Jika dilihat dari efisiensi pemasaran, nilai efisiensi pada tingkat pemasok yaitu sebesar 14,2 % yang artinya sudah efisien dikarenakan nilai efisiensinya <50%, dimana indikator ini menunjukkan biaya pemasaran yang dilakukan rendah.

Kemudian jika dilihat dari tingkat *farmer share*, maka akan didapat hasil sebagai berikut.

$$Farmer Share = \frac{Harga Ditingkat Petani}{Harga Produk Akhir} \times 100 \%$$

$$Farmer Share = \frac{Rp 9.000.000}{Rp 14.500.000} \times 100 \%$$

$$Farmer Share = 62 \%$$

Dari perhitungan di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa *farmer share* sudah menunjukkan tingkat efisien, dimana semakin tinggi persentase *farmer share* maka semakin efisien kegiatan pemasaran.

Kelompok Tani Enggal Mukti

Dalam penelitian ini sampel pedagang pemasar berjumlah 15 orang. Sapi dari kelompok tani dijual ke pedagang pemasar dengan biaya perawatan sebesar Rp 1.000.000 per ekor, biaya transportasi sebesar Rp 400.000 per ekor, dan biaya

penanggungian risiko sebesar Rp 500.000 per ekor. Adapun harga dari sapi potong tersebut adalah Rp 13.500.000 per ekor. (Penjelasan biaya di kelompok tani Enggal Mukti dapat dilihat pada lampiran 3).

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa lembaga pemasaran di tingkat kelompok tani Enggal Mukti telah menunjukkan pemasaran yang efisien. Jika dilihat dari efisiensi pemasaran, nilai efisiensi pada tingkat kelompok tani Enggal Mukti sebesar 14,1 % yang artinya sudah efisien dikarenakan nilai efisiensinya <50%, dimana indikator ini menunjukkan biaya pemasaran yang dilakukan rendah. Dengan nilai efisiensi tersebut maka dapat disimpulkan kelompok enggal mukti rantai sudah berkolaborasi dan saling berintegrasi satu sama lain dengan pemasok dan rantai-rantai lain yang terlibat dikarenakan terjadinya pembentukan harga yang adil dan struktur biaya pemasaran efisien sehingga pembagian keuntungan di tiap lembaga pemasaran sudah merata.

Pedagang Pemasar

Pada tingkat pedagang pemasar, sapi yang telah dibeli dari kelompok tani akan digemukkan lagi sesuai dengan permintaan konsumen. Adapun biaya untuk proses *grading* atau perawatan sapi adalah sebesar Rp 100.000 per ekor, biaya transport sebesar Rp 100.000 per ekor, dan biaya penanggungian risikoyaitu sebesar Rp 300.000 per ekor dengan harga jual sebesar Rp 14.500.000 per ekor. (Penjelasan biaya di pedagang pemasar dapat dilihat pada lampiran 3).

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa lembaga pemasaran di tingkat pedagang pemasar telah menunjukkan pemasaran yang efisien. Jika dilihat dari efisiensi pemasaran, nilai efisiensi pada tingkat pedagang

pemasar sebesar 31,7 % yang artinya sudah efisien dikarenakan nilai efisiensinya <50%, dimana indikator ini menunjukkan biaya pemasaran yang dilakukan rendah.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh ketiga lembaga pemasaran sebesar Rp 3.675.000 dengan rata-rata sebesar Rp 1.225.000. Biaya pemasaran yang dibutuhkan ketiga lembaga pemasaran yaitu meliputi biaya perawatan dengan total Rp 1.775.000 dengan rata-rata sebesar Rp 591.666, biaya transportasi dengan total Rp 750.000 dengan rata-rata sebesar Rp 250.000, dan biaya penanggungan risiko dengan total Rp 1.150.000 dengan rata-rata sebesar Rp 383.333. (Penjelasan biaya pemasaran dapat dilihat pada lampiran 3).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara umum, rantai pasok ternak sapi potong dalam penelitian ini adalah pemasok - kelompok tani Enggal Mukti - pedagang pemasar - konsumen. Dan secara bisnis rantai pasok sapi potong telah menjalankan tiga proses bisnis, yaitu *procurement*, *replenishment*, dan *customer order*.
2. Dari segi efisiensi rantai pasok ternak sapi potong telah mencapai tingkat efisiensi yang tinggi pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam aliran produk sapi potong.

Saran

1. Sudah saatnya kelompok tani Enggal Mukti membentuk CV atau PT, sehingga kelompok tani Enggal Mukti dapat mengkoordinasi dan mengintegrasikan sistem bisnis secara terstruktur dan tepat sasaran.
2. Sebaiknya kelompok tani Enggal Mukti memiliki asuransi atas sapi yang ditenakkan guna memberikan perlindungan pada kelompok tani Enggal Mukti apabila terjadi hal yang tidak diinginkan terhadap sapi, seperti sakit atau mati supaya bisa mendapatkan kenyamanan dan keamanan dalam menjalani usaha ternak sapi potong tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan Lina dan Ellitan Lena, 2008. Supply Chain Management Teori dan Aplikasi : Edisi Kesatu. 2008. Bandung : Alfabeta.
- Aulia, Jimmy. 2019. “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan”. Fakultas Pertanian. Universitas Medan Area. Medan.
- Chopra S, Meindl P. 2007. Supply chain Management-Strategy, Planning, And Operation. Third Edition. New Jersey (US): Pearson Education, Inc.
- Dewi, Rahma Sintia. 2018. “Analisis Jaringan Rantai Pasok Daging Sapi”. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2018. Upaya Kementerian Pertanian Dongkrak Populasi Sapi Agar Peternak Sejahtera. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Jakarta.
- Fandari, A Faika El. 2015. “Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaeen Day Old Duck (DOD) Pada Beberapa Lembaga Pemasaran di Kabupaten Sidrap”. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin. Makkasar.
- Firmansyah, Eghi. Dkk. 2019. “Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Ternak Sapi Potong di Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara”. Journal Of Livestock and Animal Production. Vol. 2 No. 1 2019.
- Hakim, Muhammad Faqih Al. 2018. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus Pada Industri Roti dan Kue Di Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kambey, Stefvani Flauren, Lotje Kawet., dan Jacky S B Sumarauw. 2016. Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. ISSN. 2303 – 1174. Vol. 4 No. 5 2016.
- Lupita, Alessandra. Dkk. 2017. *A Supply Chain Model to Improve The Beef Quality Distribution Using Investment Analysis : A case Study*. AIP Conference Proceedings 1902.020003 (2017).
- Nurdiani, Nina. 2014. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. Volume 5 Nomor 2 Desember 2014:1110-1118. Jakarta Barat.
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi. 2017. Supply Chain Management Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Putri, Rizka Karlina, Rita Nurmalina., dan Burhanuddin. 2018. Analisis Efisiensi dan Faktor Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. 8 No. 1 Tahun 2018.

- Rachman, Nadya Megawati. 2016. Efisiensi Jaringan Daging Sapi. Penebar Swadaya. Kota Bogor.
- Sari, Prisca Nurmala dan Rita Nurmalina. 2012. "Analisis Network Supply Chain dan Pengendalian Persediaan Beras Organik. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Setiaji, Bambang, Ihwan Susila., dan Henri D Wahyudi. 2017. "Supply Chain of Beef Market in Indonesia". Expert Journal of Business and Management. Volume 5. Issue 2. ISSN 2344-6781.
- Sibuea, Muhammad Buhari, et all. "Kajian Efisiensi Pemasaran Jambu Air King Rose Apple". AGRIMUM, Oktober 2013 Volume 18 No 2.
- Soekartawi, 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasinya. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Susanti, Yuliana, Dominicus Savio Priyarsono., dan Sri Mulatshi. 2014. "Pengembangan Peternakan Sapi Potong Untuk Peningkatan Perekonomian Provinsi Jawa Tengah". Jurnal Agribisnis Indonesia. Vol. 2 No. 2. Desember 2014.
- Syukur, A. Moh. Dkk. 2017. "Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta". Jurnal Sains Peternakan. Vol. 15 No. 2 September 2017. ISSN 1693-8828.
- Tyagi, Mohit dan Pradeep Kumar. 2017. "Modelling and Analysis Of Barriers For Supply Chain Performance Measurement System". International Journal of Operational Research, Vol. 28, No. 3. pp. 392-414.
- Van Der Vorst. 2006. Performance Measurement in Agri-Food Supply-Chain Networks. Hollandseweg Netherlandas : Logistics and Operations Research Group, Wageningen University, Hollandseweg Wageningen, Netherlands.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Pedagang Pengumpul

KUISISIONER PENELITIAN

Untuk Responden : Pedagang Pengumpul

1. Nama :
2. Alamat :
3. Nama Perwakilan :
4. Usia :
5. Nomor HP :
6. Jabatan :
7. Email :
8. Jenis Kelamin Laki – Laki Perempuan
9. Pendidikan :
 Tidak Sekolah SMP/ Sederajat S-1
 Tidak Tamat SD SMA/ Sederajat Lainnya ...
 SD D-3
1. Berapa tahun bekerjasama dengan Enggal Mukti ?
2. Dimana sasaran pasar sapi potong yang dijual, sebutkan?
 Pasar Domestik
-
 Pasar Ekspor
3. Darimana pedangan memperoleh pasokan sapi :
a. Enggal Mukti
b. Lainnya
4. Bagaimana prosedur untuk pemesanan dari pedagang ke Enggal Mukti ?
 telepon sosial media (WA BBM) langsung datang
 email fax lainnya
5. Apakah ada batas waktu pengiriman produk (barang masuk) dari pedagang ?
 iya tidak
Jika ada, jam berapa maksimal barang bisa masuk? apa sanksi jika sapi datang terlambat?
6. Alat transportasi apa yang digunakan untuk mendistribusikan sapi dari Enggal Mukti ?
 mobil truck lainnya
 mobil pickup
7. Berapa kapasitas kendaraan yang digunakan untuk pengiriman?
 < 80 kg 80 -90 kg 90 – 100 kg > 100 kg

8. Apakah ada biaya untuk proses pengiriman oleh Enggal Mukti ?

iya tidak

Jika iya, apa saja biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pengiriman.

Jenis Biaya	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Perencanaan			
Harga Beli dari Enggal Mukti			
Harga Jual			
Pengangkutan			
Penyimpanan			
Grading			

9. Bagaimana cara pembayaran dalam penjualan sapi potong di pedagang ?

No	Lembaga rantai pasok	Pembayaran			Pihak yang membuat aturan
		langsung	Dalam kurun waktu		
			< 10 hari	10-29 hari	
1.	Pemasok – Enggal Mukti				
2.	Pedagang Pemasar – Enggal Mukti				

10. Data permintaan sapi di pedagang

No	Aktivitas	Kali/bulan	Volume (ekor/satu kali kirim)
1	Permintaan konsumen sapi potong		

11. Apakah pedagang sudah menerapkan teknologi informasi (email, aplikasi perhitungan profit, dan data online yang terintegrasi) yang terhubung oleh seluruh anggota rantai pasok ?

sudah belum

12. Apakah ada kegiatan/program untuk meningkatkan skill tenaga kerja di pedagang ?

ada, jelaskan tidak

13. Apakah sumberdaya manusia di pedagang mudah menerima inovasi dan perkembangan teknologi baru ?

mudah tidak

14. Apakah ada keluhan/kesulitan/hambatan yang dialami selama bekerjasama dengan Enggal Mukti ?

ada, jelaskan tidak

Lampiran 2. Margin Pemasaran Ternak Sapi Potong di Setiap Tingkatan

No	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/ekor)	Margin Pemasaran (Rp)
1	Pemasok		4.000.000
	Harga Beli	5.000.000	
	Biaya	1.275.000	
	Harga Jual	9.000.000	
	Keuntungan	2.725.000	
2	Kelompok Tani		4.500.000
	Harga Beli	9.000.000	
	Biaya	1.900.000	
	Harga Jual	13.500.000	
	Keuntungan		
3	Pedagang Pemasar		1.000.000
	Harga Beli	13.500.000	
	Biaya	500.000	
	Harga Jual	14.500.000	
	Keuntungan		
Total		84.825.000	14.500.000
Rata-rata		7.068.750	4.833.333

Lampiran 3. Biaya Pemasaran di Setiap Tingkatan

No	Lembaga	Biaya			Total Biaya Pemasaran (Rp)
		Perawatan (Rp/ekor)	Transportasi (Rp/ekor)	Penanggungan Risiko (Rp/ekor)	
1	Pemasok	675.000	250.000	350.000	1.275.000
2	Kelompok Tani Enggal Mukti	1.000.000	400.000	500.000	1.900.000
3	Pedagang Pemasar	100.000	100.000	300.000	500.000
Total		1.775.000	750.000	1.150.000	3.675.000
Rata-rata		591.666	250.000	383.333	1.225.000

Lampiran 4. Jumlah Sapi Potong yang Dipasarkan di Setiap Daerah Pemasaran

No	Daerah Pemasaran	Tahun (ekor)		
		2017	2018	2019
1	Deli Serdang	125	200	245
2	Aceh	570	590	688
3	Padang	180	250	380
Total		875	1.040	1.313
Rata-rata		292	347	438

Lampiran 5. Jumlah Sapi Potong yang Dipasarkan Enggal Mukti

No	Tahun	Jumlah (ekor)
1	2017	1.110
2	2018	1.400
3	2019	1.700
Total		4.210
Rata-rata		702

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



Denah Lokasi Peternakan Enggal Mukti



Kandang Ternak Sapi Potong Enggal Mukti



Ternak Sapi Potong Enggal Mukti



Wawancara Pedagang Pengumpul di Daerah Deli Serdang



Wawancara Online Pedagang Pengumpul di Aceh dan Padang

Lampiran 7. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN
DESA SAMPALI**

Alamat : Jl. Irian Barat No. 30 Plus Kode Pos : 20371 Telp. : 061 – 6622209

SURAT KETERANGAN

Nomor: 470/ 145 / SP/2020

Kepala Desa Sampali Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Dengan ini menerangkan bahwa,

No	Nama	N P M	Fakultas
1	FELLA BALGISH	16043001178	PERTANIAN

Adalah benar telah melaksanakan kegiatan Riset “ Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Ternak Sapi Potong Enggal Mukti “, telah dilaksanakan pada tanggal 18 Juni s/d 31 Juli 2020 bertempat di Dusun XXII Pondok Rawa Desa Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sampali, 14 September 2020

KEPALA DESA SAMPALI
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN

MUHAMMMAD RUSLAN