

ANALISIS RANTAI PASOK DAGING SAPI DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

OLEH:

JIMMI AULIA
138220012



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

ANALISIS RANTAI PASOK DAGING SAPI DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area*



OLEH :

**JIMMI AULIA
138220012**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

Judul Skripsi : Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan

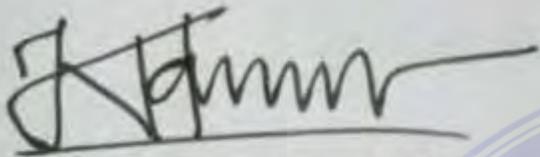
Nama : Jimmi Aulia

NPM : 138220012

Fakultas : Pertanian

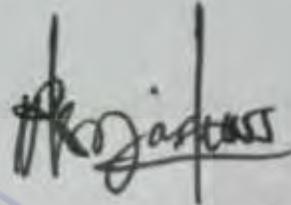
Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing:



(Drs. Khairul Saleh, M.MA)

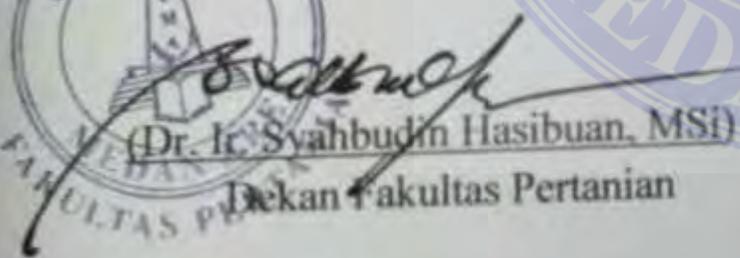
Pembimbing I



(Rahma Sari Siregar, S.P., M.Si)

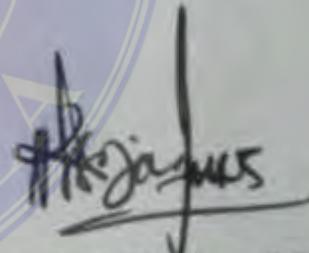
Pembimbing II

Diketahui:



(Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si)

Dekan Fakultas Pertanian



(Rahma Sari Siregar, S.P., M.Si)

Ketua Program Studi

Tanggal lulus: 01 April 2019

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

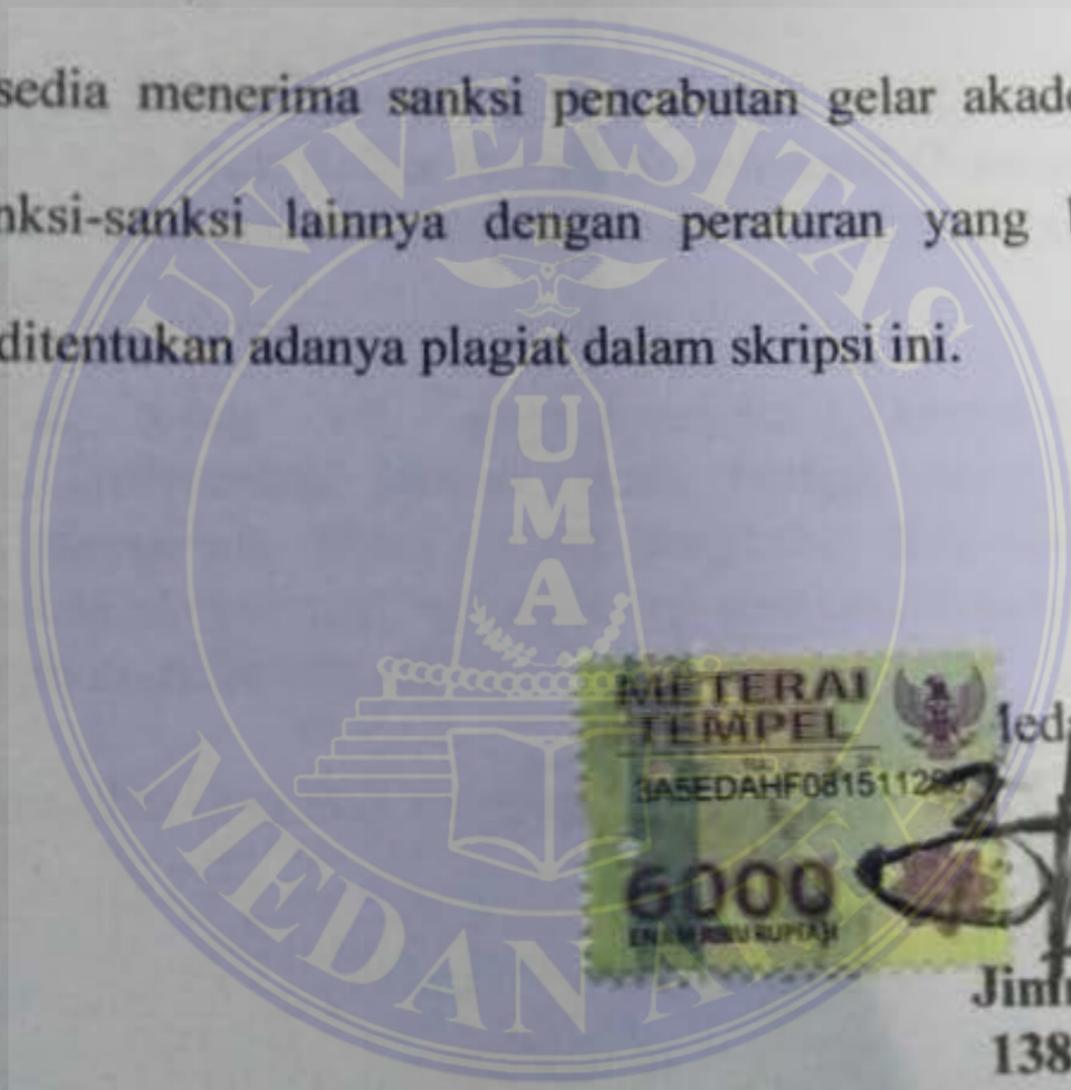
Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditentukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, Oktober 2019


Jimmi Alia
138220012

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagian civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

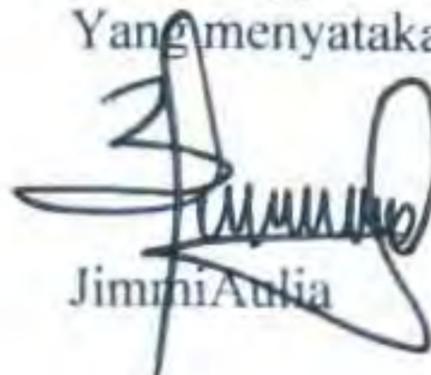
Nama : JimmiAulia
NPM : 138220012
Program Studi: Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : "Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan."

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : Oktober 2019
Yang menyatakan



JimmiAulia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui rantai pasok daging sapi serta bagaimana efisiensi pemasaran daging sapi di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah secara *Pruposive*(Sengaja). Sampel penelitian ini sebanyak 25. Berdasarkan prasurvey lokasi ditentukan yang dilakukan terdapat 1 RPH tersebut, maka diambil pedagang besar (Pengusaha) 1 dari RPH dan pasar sambu yang menjual daging sapi maka diambil pedagang pengecer 1 dari pasar tradisional sambu dan konsumen 1 dari pasar sambu tersebut. Metode yang digunakan adalah *snowball Sampling* serta metode perhitungan Microsoft Excel. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (RPH) kota Medan hanya berperan sebagai tempat pengandangan sebelum pemotongan dan kegiatan penyembelihan hewan milik pedagang besar. Terdapat dua rantai pasok daging sapi di Kota Medan dalam menyalurkan produknya adalah Rantai pasok I dimulai dari Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, Konsumen dan Rantai pasok II dimulai dari Pedagang besar, ke Konsumen.

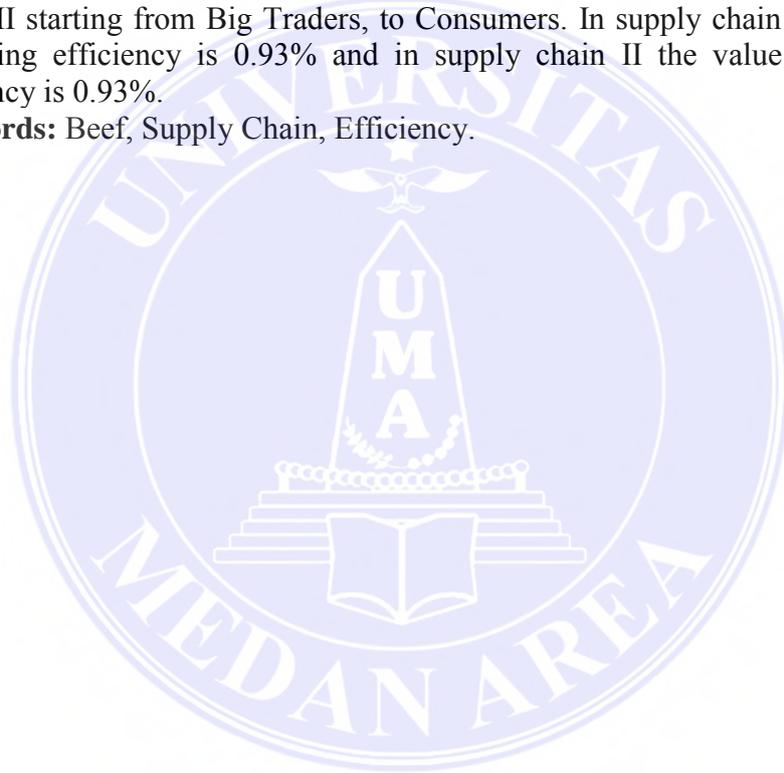
Kata Kunci : Daging sapi, Rantai Pasok, Efisiensi.



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the beef supply chain and how the efficiency of beef marketing in Medan. The research method used is Prompositively. This research sample is 25. Based on the presurvey location determined there is 1 such RPH, then taken by wholesalers (Entrepreneurs) 1 from RPH and sambu markets who sell beef then retailers 1 are taken from traditional sambu and consumer 1 markets from the sambu market . The method used is snowball sampling and Microsoft Excel calculation method. The data used are secondary data and primary data. The study was conducted from October to November 2018. The results showed that the city of Medan (RPH) only served as a place of holding before cutting and slaughtering of animals owned by large traders. There are two beef supply chains in Medan City in distributing their products. Supply chain I starts with Big Traders, Retailers, Consumers and Supply Chain II starting from Big Traders, to Consumers. In supply chain I the value of marketing efficiency is 0.93% and in supply chain II the value of marketing efficiency is 0.93%.

Keywords: Beef, Supply Chain, Efficiency.



KATA PENGANTAR

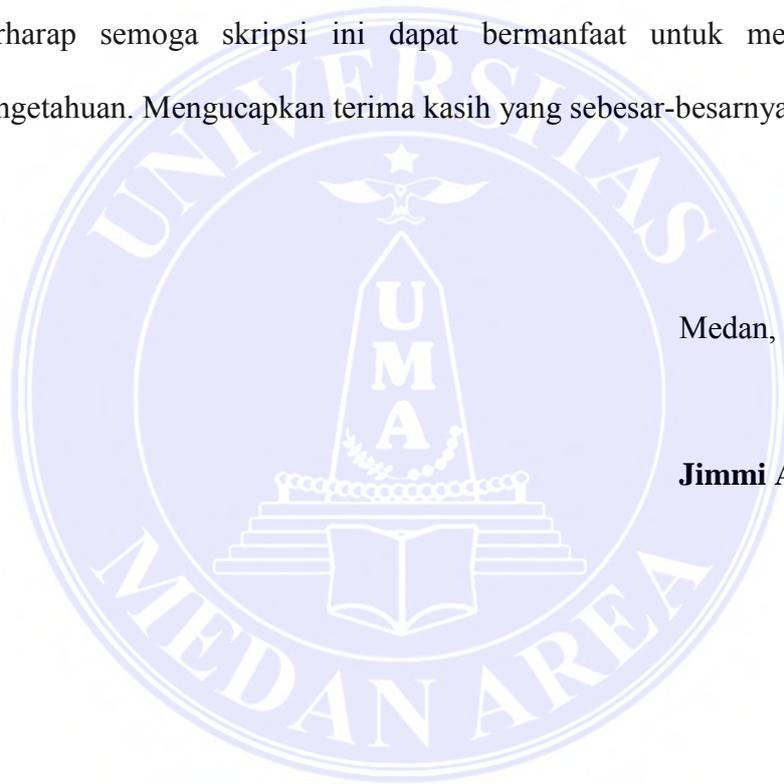
Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dalam salam tak lupa penulis sampaikan keharibaan junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Skripsi ini berjudul **Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Medan Area.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Ayahanda dan Ibundah Tercinta yang selalu menjadi motivasi, memberikan doanya serta kasih sayang bahkan segala materi yang ada dengan penuh ikhlas dan tanggung jawab kepada penulis.
2. Dr.Ir.Syahbudin Hasibuan, M.si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Drs. Khairul Shaleh, M.MA selaku dosen pembimbing dan Rahma Sari Siregar SP,M.Si selaku anggota komisi pembimbing yang telah banyak membimbing dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi
4. Rahma Sari Siregar. SP,M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Seluruh Dosen dan Staf-Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis.

6. Seluruh teman-teman di fakultas Pertanian Universitas Medan Area Khususnya Sahabat dan teman-teman satu angkatan 2013 Agribisnis maupun Agroteknologi telah banyak membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan. Mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.



Medan, Oktober 2019

Jimmi Aulia

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	vi
RINGKASAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Pemikiran	7
1.6. Hipotesis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Daging Sapi	10
2.2. Rantai Pasok	11
2.3. Manajemen rantai pasokan	14
2.4. Efisiensi Pemasaran	16
2.5. Lembaga dan Saluran Distribusi	17
2.6. Saluran Pemasaran	18
2.7. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	25
3.2. Metode pengambilan sampel	25
3.3. Metode Pengambilan Data	25
3.4. Metode Analisis Data	25
3.5. Defenisi Operasional	26
BAB IV GAMABARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	28
4.1. Gamabaran Umum Kota Medan.....	28
4.2. Gamabaran Umum PD Rumah Potong Hewan	28
4.3. Gambaran geografi dan Gambaran Umum pusat Pasar	30
4.4. Jumlah Penduduk, Kepadatan Penduduk per KM dirinci menurut kelurahan di Kecamatan Medan kota 2016.....	31
4.5. Gambaran umum Responden	31
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	39
5.1. Hasil.....	39
5.1.1. Saluran Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan	39
5.1.2. Pola Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan	41
5.1.3. Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan	41

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
6.1. Kesimpulan	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.	

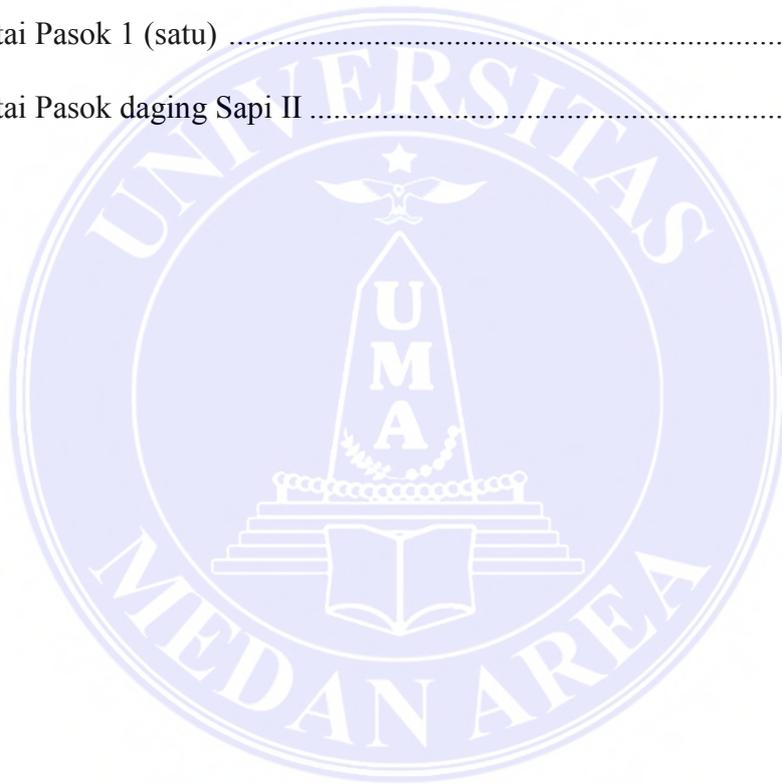


DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Komposisi beberapa Zat Gizi Daging Sapi Dalam 100 Gram	3
2.	Data Ternak sapi Yang di Potong, Produksi Daging Sapi Di Kota Medan 2012-2016	4
3.	Karakteristik Pedagang Besar Berdasarkan Usia	32
4.	Karakteristik Pedagang Besar Berdasarkan Pendidikan	33
5.	Karakteristik Pedagang Besar Berdasarkan Pengalaman Usaha	33
6.	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Usaha	34
7.	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Pendidikan	35
8.	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Pengalaman Usaha	36
9.	Karakteristik Konsumen Daging Sapi Berdasarkan Usia	37
10.	Biaya Harga dan Marjin Pemasaran Pedagang Besar (Saluran 1)	42
11.	Biaya Pemasaran Dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi dalam sekali pembelian	45
12.	Biaya Pemasaran Dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Daging Sapi Dalam Satu Pembelian	46
13.	Biaya Pembelian Dan total Biaya Pembelian Konsumen Daging Sapi Dalam Sekali Pembelian	47
14.	Margin Pemasaran Rantai Pasok II Daging Sapi di Kota Medan	49
15.	Biaya Pemasaran dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi	50
16.	Jumlah Pembelian Harga, dan Biaya Tingkat Konsumen	51

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	9
2.	Karakteristik Pedagang Besar berdasarkan usia.....	32
3.	Karakteristik Pedagang Besar berdasarkan Pengalaman Usia	34
4.	Karakteristik Pedagang pengecer berdasarkan Pengalaman Usaha	37
5.	Rantai Pasok Daging Sapi Kota Medan	41
6.	Rantai Pasok 1 (satu)	42
7.	Rantai Pasok daging Sapi II	48



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan
1.	Daftar Kuisisioner Penelitian
2.	Karakteristik Pedagang Besar
3.	Karakteristik Pedagang Pengecer
4.	Biaya Dan Harga, Margin Pemasaran Daging Sapi Di Kota Medan Pada Saluran 1
5.	Margin Pemasaran Biaya Dan Harga, Margin Pemasaran Daging Sapi Di Kota Medan Pada Saluran 2
6.	Biaya Pedagang Besar Dalam 1 Kali Pembelian
7.	Biaya Pedagang Besar Dalam 1 Kali Pembelian
8.	Biaya Pedagang Pengecer Dalam 1x Pembelian Rantai Pasok I
9.	Karakteristik Responden Konsumen Pada Rantai Pasok 1
10.	Karakteristik Konsumen Konsumen I
11.	Biaya Pedagang Pembelian Konsumen Rantai Pasok I
12.	Biaya Pedagang Pembelian Konsumen Rantai Pasok II
13.	Dokumentasi Penelitian
14.	Lokasi Penelitian
15.	Surat Pengambilan Data Dari Falkultas Pertanian
16.	Surat selesai Riset

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara dengan luas wilayah terbesar se-Asia Tenggara, jumlah penduduknya kurang lebih dari 220 juta jiwa, dengan laju pertumbuhan rata-rata 1,5% pertahun yang merupakan negara yang mempunyai aneka ragam kekayaan alam. Kekayaan alam tersebut yang bukan hanya terdapat pada sektor kekayaan alam migas seperti minyak bumi dan bahan tambang saja, namun kekayaan non-migas seperti tersedianya lahan pertanian dan perternak yang cukup luas. Namun semua itu ternyata belum cukup memberikan solusi atas permasalahan yang ada, yaitu seperti kurang memadainya kebutuhan pangan jika kekayaan tersebut tidak diberdayakan secara optimal dan dilandaskan oleh aturan dan kebijakan yang mendukung didalamnya.

Salah satu permasalahan yang paling *crucial* adalah pemenuhan kebutuhan pangan terutama kebutuhan hewani. Pemenuhan kebutuhan pangan sangat erat hubungannya dengan sektor pertanian dan perternak dalam arti luas, sehingga tidak heran jika sektor pertanian dan perternak menjadi bagian terpenting dalam pembangunan bangsa Indonesia (Ahmad Yunus, 2012).

Pembangunan peternakan tidak hanya diarahkan pada peningkatan produksi dan pendapatan peternak tetapi diperluas hingga mencakup pengembangan agribisnis secara terpadu. Peternak sebagai subyek pembangunan didorong kearah pemahaman pertanian dan peternakan menjadi sumber pendapatan. Pembangunan usaha peternakan dilakukan secara sinergis, mulai dari hulu sampai hilir dan tidak berhenti hanya di tingkat produksi, tetapi juga sebagai pelaku paska panen seperti pengolahan dan pemasaran.

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen. Bagi produsen daging sapi potong, baik perusahaan peternakan maupun peternakan rakyat pemasaran mempunyai peran yang penting. Setelah produk dalam hal ini ternak dihasilkan peternak pasti menginginkan ternaknya cepat sampai dan diterima oleh konsumen. Menurut Rianto dan Purbowati (2010), peternak harus melewati beberapa kegiatan pemasaran antara lain pengumpulan informasi pasar, penyimpanan, dan penjualan produk.

Daging sapi mempunyai peranan strategis dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan protein hewani di Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen berharap mendapatkan harga daging yang wajar serta terjangkau. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia diekspresikan oleh tingkat pendapatan perkapita yang terus meningkat. Hal tersebut secara langsung merubah pola konsumsi pangan penduduk ke arah protein hewani seperti daging, telur, dan susu. Perubahan struktur permintaan terhadap komoditas ternak berpengaruh terhadap kebijaksanaan penyediaan pangan, harga, serta proyeksi permintaan dari komoditas tersebut.

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 tinggi serta asam amino esensial yang cukup tinggi dan berimbang, daging pun berkontribusi dalam memberikan sumber energi berupa lemak (Lawrie, 1995). Oleh karena itu daging sapi sangat dibutuhkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan gizi dan selanjutnya akan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Berikut ini komposisi beberapa zat gizi yang terdapat dalam 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)

Daging sapi mempunyai peranan cukup strategis dalam memenuhi kebutuhan protein hewani di Indonesia, Sehingga keberadaannya dan kesinambungan usaha daging sapi mendapat perhatian secara serius dilain pihak perlindungan terhadap konsumen daging sapi, Masyarakat Indonesia sangat diharapkan mendapatkan harga daging yang wajar serta terjangkau dengan daya beli masyarakat.

Setelah krisis moneter pada Tahun 1996, nampaknya aspek pemasaran sapi potong dan daging sapi menjadi fenomena pembangunan peternakan di Indonesia. Di satu pihak insentif pemasaran bagi produsen perlu diperhatikan, di lain pihak harga daging disesuaikan dengan daya beli konsumen (masyarakat). Dengan terjadinya krisis moneter permasalahan yang muncul bertambah kompleks. Disamping harga daging sapi menjadi tinggi, juga masalah *suplai* daging sapi serta impor yang selalu mengundang pro dan kontra baik dari masyarakat maupun dari pengambil kebijakan.

Tabel 2 Data Ternak Sapi yang di Potong, Populasi, Produksi Daging Sapi Di Kota Medan 2012 - 2016

No	Tahun	Ternak yang Dipotong (ekor)	Populasi (ekor)	Produksi (ton)
1	2012	5.106	2.720	305,1
2	2013	8.242	2.797	325,1
3	2014	5.201	2.876	344,1
4	2015	5.834	3.283	133,9
5	2016	5.688	1.818	121,6

Sumber : BPS Kota Medan, 2017

Ternak sapi merupakan salah satu penyusun subsektor peternakan yang termasuk dalam jenis hewan ternak besar. Populasi daging sapi di Kota Medan mengalami penurunan dari 2.720 ekor pada tahun 2012 menjadi 1.818 ekor pada tahun 2016. Jumlah ini cenderung tidak stabil dikarenakan jumlah pemotongan ternak sapi yang turun dan menurunkan populasi ternak sapi. Pada tahun yang sama produksi daging sapi pada tahun 2012 meningkat dari 305,1 ton pada tahun 2014 menjadi 344,1 ton. Namun pada tahun 2015 dan tahun 2016 produksi daging sapi menurun dari 133,9 ton menjadi 121,6 ton. Hal ini disebabkan karena turunnya impor sapi yang menyebabkan kurangnya *suplai* sapi dalam negeri, selain itu dipengaruhi oleh konsumsi daging sapi di Sumatera Utara meningkat. Konsumsi daging sapi yang terus meningkat tersebut mengidentifikasi terjadinya peningkatan akan tingginya permintaan di kota Medan. (Badan Pusat Statistik, 2017).

Distribusi daging sapi yang terjadi di berbagai Rumah Potong Hewan (RPH), 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 (Kotler, 1997).

Pada prinsipnya, distribusi tidak berbeda jauh dengan rantai pasok karena distribusi berada dalam sistem rantai pasok. Rantai pasokan atau *'supply chain'* merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan finansial (Indrajit & Djokopranoto, 2002). Pengaturan ini penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan daging sapi dan melihat karakteristik produk yang mudah rusak dan harganya relatif tinggi jika dibandingkan dengan hasil komoditas ternak lainnya. Pendekatan pada sistem rantai pasok yang berupa aliran informasi berfungsi untuk mengetahui porsi setiap pelaku pemasaran dalam kegiatan rantai pasok. Porsi merupakan kapasitas produk yang dapat dialihkan dari satu pelaku pemasaran ke pelaku lainnya.

Rantai pasokan daging sapi harus memperhatikan beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kelancaran proses distribusi hingga ke tangan konsumen akhir. Pemasaran dan distribusi daging sapi membutuhkan lembaga pemasaran yang bekerja secara efektif, karena daging sapi memiliki sifat produk yang mudah rusak. Penyaluran daging sapi dari tangan produsen ke konsumen memerlukan proses dan tindakan-tindakan yang khusus. Kegiatan ini dilakukan untuk menciptakan, menjaga dan meningkatkan nilai serta manfaatnya. Kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat memperlambat bahkan dapat terjadi kemacetan usaha penyaluran barang dan jasa tersebut dari produsen ke konsumen.

Panjangnya rantai pasok pada produk pertanian dan perternak jika tidak dikelola secara baik bisa menyebabkan biaya yang tinggi, baik untuk biaya

transaksi, biaya transportasi, biaya penyimpanan, biaya pengemasan, biaya kerusakan dan keuntungan masing-masing pelaku dan sebagainya. Faktor penting dalam sistem penjualan adalah margin dan struktur biaya tataniaga yang terjadi. Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasokan adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat antara jaringan atau mata rantai tersebut dan pergerakan barang yang efektif, efisien dan responsif terhadap perubahan-perubahan permintaan konsumen sehingga menghasilkan kepuasan maksimal pada konsumen. Faktor yang mempengaruhi kinerja dari rantai pasok adalah pergudangan (*inventory*), transportasi (*transportation*), fasilitas (*facilities*) dan informasi (*information*) (Siagian, 2005). Hal ini erat kaitannya dengan Rumah Pemotongan Hewan (RPH) sebagai penyedia jasa yang mendukung terjaminnya penyediaan daging ternak potong secara teratur dan memadai. (RPH) sebagai penyedia jasa berusaha untuk dapat menyediakan kebutuhan daging sapi bagi masyarakat disamping memenuhi standar kualitas yang terbaik dengan harga yang dapat diterima konsumen.

Pada umumnya Rumah Pemotongan Hewan (RPH) merupakan tempat para pedagang besar (Pengusaha) melakukan pemotongan pada sapi hidup mereka untuk dijual kepada pedagang pengecer. Rumah Pemotongan Hewan (RPH) di Kota Medan Propinsi Sumatera Utara, merupakan unit pelayanan publik memiliki fungsi teknis, ekonomis dan sosial dalam pemotongan hewan Di Kota Medan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi (*Bos Taurus*) di Kota Medan”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dilatar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana rantai pasok daging sapi di Kota Medan?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran pada daging sapi di Kota Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis rantai pasok daging sapi di Kota Medan.
2. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran pada daging sapi di Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

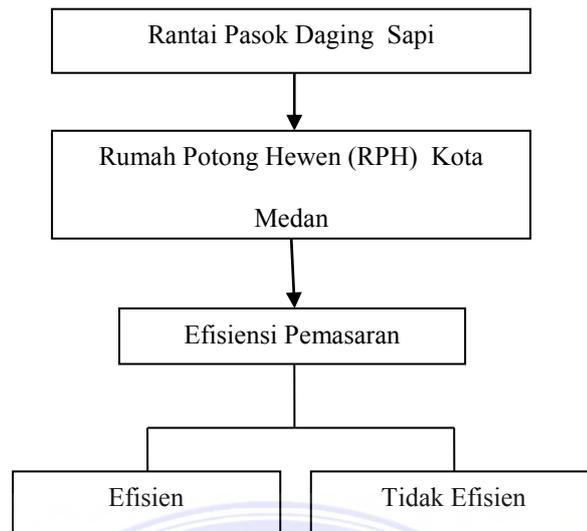
1. Memberikan informasi untuk pemerintah dan instansi dan pengembangan terkait dalam mengambil keputusan untuk perencanaan, pengelolaan, peningkatan, dan pengembangan produksi daging sapi. Sehingga pasokan daging sapi dapat terpenuhi secara merata dan dapat menekankan harga daging sapi yang sangat tinggi.
2. Memberikan masukan kepada pelaku rantai pasok daging sapi di Kota Medan khususnya eksportir daging sapi.
3. Bagi pembaca, diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan acuan atau masukan terhadap penelitian selanjutnya.

1.5. 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 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 oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Penyaluran daging sapi dari peternak kepada konsumen umumnya melalui rumah potong hewan. Rumah potong 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 potong hewan antara lain merubah input-input produksi berupa sapi hidup, modal, teknologi serta tenaga kerja menjadi output berupa daging sapi. Proses yang dilakukan oleh rumah potong 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 didukung dengan adanya lembaga – lembaga yang saling bekerja sama dalam menyalurkan bahan baku berupa sapi hidup. 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 teoritis tentang Rantai Pasok Daging Sapi Kota Medan sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.6. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah serta uraian pada penelitian terdahulu serta kerangka teoritis maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis adalah diduga rantai pasok daging sapi di kota Medan tidak efisien.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Daging Sapi

Menurut Soeparno dalam (Worabai, 1997), daging sapi adalah sebagian hasil ternak yang hampir tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Selain anekaragaman sumber pangan, daging sapi adalah bahan makanan bergizi tinggi dan memiliki cita rasa yang enak. Cita rasa daging sapi memberikan kepuasan dan kenikmatan bagi konsumen.

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 potong seperti sapi Bali, sapi Madura, sapi Peranakan Ongole (PO), dan sapi Brahman Cross (Kanisius 1990).

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. Keunggulan lain, protein daging sapi lebih mudah dicerna daripada protein yang berasal dari nabati. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi ternak yang akan dipotong agar diperoleh kualitas daging yang baik yaitu ternak harus dalam keadaan yang sehat, bebas dari

berbagai penyakit, ternak harus cukup istirahat, tidak diperlakukan kasar, serta tidak mengalami stres agar kandungan glikogen otot maksimal (Astawan, 2007).

Daging sapi merupakan produk makanan yang digemari dan hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Disamping kandungan gizinya lengkap, produk hewani ini memiliki nilai organoleptik spesifik, sehingga cocok untuk dimasak dan produk olahan tertentu. Daging sapi dapat diolah dengan berbagai cara, yaitu dengan cara dimasak, digoreng, diasap, dipanggang, disate, atau diolah menjadi produk lain yang menarik selera, antara lain : daging korned (*corned-beef*), sosis, dendeng, abon, daging asap (*smoke-beef*), dan bakso (Wibowo, 1997).

2.2. Rantai Pasok

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 sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut (Indrajit, 2002). Konsep rantai pasokan merupakan konsep baru dalam melihat persoalan logistik. Konsep lama melihat logistik sebagai persoalan internal masing-masing perusahaan dan pemecahannya dititikberatkan 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 dipakai konsumen akhir, yang merupakan mata rantai penyediaan barang (Indrajit, 2002).

Berdasarkan konsep *supply chain* terdapat tiga tahapan dalam aliran material. Bahan mentah didistribusikan ke manufaktur membentuk suatu sistem *physical supply*, manufaktur mengolah bahan mentah, dan produk jadi didistribusikan kepada konsumen akhir membentuk suatu *physical distribution* (Marimin dan Maghfiroh 2010 dalam Nadya Megawati Rachman 2016).

Bahan mentah didistribusikan kepada *supplier* dan *manufacture* yang melakukan pengolahan, sehingga menjadi barang jadi yang siap didistribusikan kepada customer melalui distributor. Permintaan dari *customer* diterjemahkan oleh distributor dan distributor menyampaikan pada *manufacture*, selanjutnya *manufacture* menyampaikan informasi tersebut pada *supplier*. Rantai pasokan mencakup keseluruhan interaksi antara pemasok, perusahaan manufaktur, distributor, dan konsumen (Siagian 2005). Menurut Marimin dan Maghfiroh (2010) dalam Nadya Megawati Rachman(2016), mekanisme rantai pasok produk pertanian secara alami dibentuk oleh para pelaku rantai pasok itu sendiri. Pada negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, mekanisme rantai pasok produk pertanian dicirikan dengan lemahnya produk pertanian dan komposisi pasar. Kedua hal tersebut akan menentukan kelangsungan mekanisme rantai pasok. Mekanisme rantai pasok produk pertanian dapat bersifat tradisional ataupun modern. Mekanisme tradisional adalah petani menjual produknya langsung ke pasar atau lewat tengkulak, dan tengkulak yang akan menjualnya ke pasar tradisional dan pasar swalayan. Mekanisme rantai pasok modern terbentuk oleh beberapa hal, antara lain mengatasi kelemahan karakteristik dari produk pertanian, meningkatkan permintaan kebutuhan pelanggan akan produk yang berkualitas, dan memperluas pasar pasar yang ada. Menurut Simchi-Levi et al.

(2000), masalah kunci yang terkait dalam pengelolaan rantai pasokan terdiri dari konfigurasi jaringan distribusi, pengendalian inventori, kontrak pemasokan, strategi distribusi, integrasi rantai pasokan dan kemitraan strategis, strategi perantaraan (*procurement*) dan *outsourcing*, desain produk, teknologi informasi dan sistem penunjang keputusan serta penilaian pelanggan. Pengelolaan rantai pasokan tidak hanya dilakukan agar seluruh bagian sistem memberikan kinerja keseluruhan yang efektif, tetapi juga efisien.

Menurut Chopra dkk. (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 strategis di sepanjang rantai pasokan yang dibutuhkan pelanggan akhir dengan kemampuan sumber daya yang ada pada rantai pasokan tersebut (Pujawan 2005). Strategi tidak bisa dilepaskan dari tujuan jangka panjang. Tujuan inilah yang diharapkan akan tercapai, untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka rantai pasokan harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi.

2.3. Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan adalah sebuah sistem untuk membuat suatu produk dan menyampaikannya kepada konsumen dari sudut struktural (Kalakota, dalam Irghandi, 2008). Menurut Irghandi (2008) munculnya manajemen rantai pasokan dilatar belakangi oleh 2 (dua) hal pokok, yaitu: 1. Praktik manajemen logistik tradisional pada era modern ini sudah tidak relevan lagi, karena tidak dapat menciptakan keunggulan kompetitif 2. Perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat. Kuatnya sebuah rantai pasokan tergantung pada kekuatan seluruh elemen yang ada di dalamnya. Sebuah pabrik yang sehat dan efisien tidak akan banyak berarti apabila pemasoknya tidak mampu memenuhi pengiriman tepat waktu (Pujawan, 2005).

Menurut Jebarus dalam Yusman (2009), manajemen rantai pasokan merupakan pengembangan lebih lanjut dari manajemen distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Konsep ini menekankan pada pola terpadu yang menyangkut proses aliran produk dari pemasok, manufaktur, retailer hingga kepada konsumen. Menurut Kalakota dalam Irghandi (2008), manajemen rantai pasokan merupakan koordinasi dari bahan, informasi dan arus keuangan antara perusahaan yang berpartisipasi. Manajemen rantai pasokan bisa juga berarti seluruh jenis kegiatan komoditas dasar hingga penjualan produk akhir ke konsumen untuk mendaur ulang produk yang sudah dipakai, yaitu:

- a) Arus bahan melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan.

- b) Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan, arus ini berjalan dua arah antara konsumen akhir dan penyedia material mentah.
- c) Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran dalam penetapan kepemilikan dan pengiriman.

Menurut Turban, Rainer dan Porter (2004), terdapat 3 (tiga) macam komponen rantai pasokan, yaitu: a. Bagian Hulu Rantai Pasokan Bagian hulu rantai pasokan meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurnya (dapat berupa manufaktur, *assembler*, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur *second-tier*). Hubungan pada penyalur dapat diperluas menjadi beberapa tingkatan sesuai dengan kebutuhan dan semua jalur asal material. Contohnya langsung dari pertambangan, perkebunan dan lain-lain. Pada bagian hulu rantai pasokan, pengadaan merupakan aktivitas yang mendapat prioritas utama. b. Bagian Internal Rantai Pasokan Bagian internal rantai pasokan meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur menjadi produk perusahaan itu.

Pada bagian internal rantai pasokan, perhatian utama difokuskan pada manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan. c. Bagian Hilir Rantai Pasokan Bagian hilir rantai pasok meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Pada bagian hilir rantai pasokan, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan pelayanan purna jual.

Menurut Pujawan (2005) pada suatu rantai pasokan biasanya ada 3 (tiga) macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir (*downstream*). Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu (*upstream*). Yang ketiga adalah aliran informasi yang terjadi dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Rantai pasok adalah sistem yang terdiri dari pemasok, produsen, transportasi, distributor dan ritel yang ada untuk mengubah bahan baku menjadi produk.

2.4. Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya adalah suatu ukuran relatif. 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 ekonomis.

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 tataniaga dan 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.

Secara umum, margin pemasaran adalah perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen. Untuk melihat efisiensi pemasaran melalui analisis margin dapat digunakan sebaran rasio margin keuntungan atau *rasio profit margin* (RPM) pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Rasio margin keuntungan adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yang bersangkutan.

2.5. Lembaga dan Saluran Distribusi

Saluran pemasaran (*marketing channel*) adalah jejak penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir. Menurut Sudiyono (2002) dalam Nadya Megawati Rachman (2016), 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 lain. Menurut Kotler dan Keller (2008) untuk mencapai pasar sasaran, pemasaran menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu (1) saluran komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli, (2) saluran distribusi untuk menggelar, menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna dan (3) saluran layanan yaitu untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli.

Menurut FAO (2007) dalam Nadya Megawati Rachman (2016) 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.

2.6. 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. Sebuah saluran pemasaran melaksanakan fungsinya dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu penting sebagai upaya dalam mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan pemilikan yang memisahkan barang atau jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya (Cristovao 2015) dalam Nadya Megawati Rachman (2016).

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, kuantitas produksi, dan ketersediaan informasi pasar seringkali menjadi pertimbangan utama bagi pedagang dalam memilih saluran pemasaran (Chalwe 2011) dalam Nadya Megawati Rachman (2016).

2.7. Penelitian Terdahulu

Nadya Megawati Rachman (2016). Melakukan penelitian dengan judul “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 logistik 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 digunakan. Saluran dengan rantai pasokan terpanjang melibatkan sedikitnya lima lembaga pemasaran 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 I – 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 I. dan Saluran yang banyak dipilih adalah saluran.

Moh. A. Syakur (2017) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi dari Rumah Pematangan 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 potong di Kota Surakarta. Penelitian ini dilaksanakan 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.

Desra Isma Diana (2016) yang melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Sosis *Food Industries* Dari Produsen Sampai Konsumen

Di Kota Bandung (Studi Kasus PT. Kemfood Cabang Kota Bandung)”. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2016 sampai dengan 10 Februari 2016 yang berlokasi di PT Kemfood Cabang Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aliran dan kinerja rantai pasok yang digunakan PT kemfood dengan menggunakan metode studi kasus dan *balanced scorecard* untuk pengukuran kinerja rantai pasok. Hasil menunjukkan aliran rantai pasok dari produsen sebagian besar langsung ke konsumen, dan untuk kinerja rantai pasok untuk prespektif proses bisnis internal dengan skor 2,56. Prespektif pertumbuhan dan pembelajaran dengan penilaian 2,58. Prespektif pelanggan memiliki total skor 2,52 dan prespektif keuangan memiliki skor 3,00. Keempat prespektif *balanced scorecard* tersebut memberi arti bahwa kinerja rantai pasok PT Kemfood berjalan dengan baik dan aliran rantai pasok dari pusat, cabang, segmen kemudian konsumen.

Zahra Nur Amirah (2015) yang melakukan penelitian yang berjudul “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 Potong 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 Ciawitali berkisar diantara Rp. 110.000,00 – Rp. 115.000,00/kg.

Annona Emhar (2014) “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 dalam 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 menguntungkan

($S_{ki} > S_{bi}$) dan *shared value* yang proporsional sesuai dengan kontribusi yang diberikan setiap mata rantai;

M.Chalidin (2016) melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Permintaan Dan Elastisitas Daging Sapi Pada Tingkat Rumah Tangga Di Kelurahan Sei Sekambang B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan”. Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui tingkat permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Sikambang B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Kambang B, Kecamatan Sunggal, Kota Medan.(3) Mengukur dan mengidentifikasi peranan elastisitas factor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi di Kelurahan Sei Sikambang B, Kecamatan Medan Sunggal , Kota Medan.

Permintaan daging sapi pada tingkat rumah tangga di Kelurahan Sei Sikambang 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%.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan Pusat Pasar (Sambu), Sumatera Utara. Lokasi ini ditentukan secara *purposive* (sengaja). Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Di Kota Medan memiliki Rumah Potong Hewan (RPH) yang memiliki skala cukup besar dalam jumlah pemotongan ternak sapi potong yang berperan dalam penyedia kebutuhan daging masyarakat di Kota Medan dan Rumah Potong Hewan (RPH) di Kota Medan Propinsi Sumatera Utara merupakan unit pelayanan publik memiliki fungsi teknis, ekonomis dan sosial dalam pemotongan hewan di Kota Medan. Adapun Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2018.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling* yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran dari produsen hingga produk sampai ke konsumen akhir.

Berdasarkan pra survey diketahui bahwa jumlah pedagang besar yaitu 20 orang dan sebagai sampel pedagang besar adalah sebanyak 3 orang banyak pedagang pengecer dari 10 orang dan sebagai sampel pedagang pengecer diambil 2 orang. Sampel untuk konsumen diambil sampel 25 orang. Maka jumlah sampel pada penelitian ini yaitu, 3 orang pedagang besar, 2 orang pedagang pengecer dan 25 konsumen.

3.3 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 dengan pihak Rumah Potong Hewan (RPH) di Kota Medan, pedagang besar daging sapi, pedagang pengecer daging sapi, dan terakhir konsumen daging sapi di Pusat Pasar Sambu Kota Medan.

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.

3.4. Metode Analisis Data

Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui rantai pasok daging sapi di Kota Medan, Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (Sujarweni, 2014).

Efisiensi pemasaran daging sapi dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran. Menurut sudiyono, 2001 margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual) daging sapi.

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Dimana:

Mi : Margin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran ke-i

Psi : Harga jual pasar ditingkat lembaga pemasaran tingkat ke-i

Pbi : Harga beli pasar di tingkat lembaga pemasaran ke-i

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

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100 \%$$

Maka apabila nilai efisien pemasaran $< 50 \%$ maka pemasaran efisien, jika nilai efisien pemasaran $> 50 \%$ maka pemasaran tidak efisien, dan jika nilai efisien pemasaran $= 50 \%$ maka pemasaran tersebut efisien.

3.5. Definisi Operasional

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 Potong 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 kondisi pemasaran dimana pengusaha dapat bekerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen diukur dari masing-masing saluran pemasaran dengan margin.

5. Margin adalah perbedaan harga yang di bayar konsumen dengan harga yang diterima produsen.
6. 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.
7. Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.
8. Pedagang besar adalah pemilik daging sapi yang dipotong di Rumah Pemotongan Hewan Kota Medan dan menjual ke pedagang pengecer maupun konsumen langsung.
9. Pedagang pengecer adalah pedagang pengecer yang membeli daging sapi dari pedagang besar (Pengusaha) untuk dijual langsung kepada konsumen.
10. Konsumen adalah orang yang secara langsung mengonsumsi daging sapi, baik bagi kepentingan diri sendiri.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil

5.1.1. Saluran Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan

Saluran 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 sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut (Indrajit, 2002). Konsep rantai pasokan merupakan konsep baru dalam melihat persoalan logistik. Konsep lama melihat logistik sebagai persoalan internal masing-masing perusahaan dan pemecahannya dititikberatkan pada pemecahan secara internal di perusahaan masing-masing. Adapun lembaga yang berperan dalam rantai pemasokan daging sapi di kota Medan adalah sebagai berikut ,

1. PD. Rumah Potong Hewan (RHP)

PD Rumah Potong Hewan (RPH) Kota Medan adalah badan Usaha Miliki Daerah Pemko Medan yang dalam melaksanakan tugas pokoknya bergerak dibidang pengolahan usaha jasa pemotongan hewan dan kegiatan lain yang berhubungan dengan pemotongan hewan dan kegiatan lain yang berhubungan dengan pemotongan hewan dan usaha pengadaan/penyaluran daging sapi yang halal sehat dan bermutu serta membantu dan menunjang kebijaksanaan umum Pemko Medan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam menyediakan Protein Hewani (daging).

2. Pedagang Besar

Pedagang besar yaitu rantai tata niaga yang dalam kasus ini merupakan pemilik sapi hidup yang menitipkan sapi tersebut di (RPH) untuk dipotong setiap hari dan menyalurkan kepada pedagang pengecer. Jumlah pedagang besar (Pengusaha) pada penilitian ini sebanyak 3 pedagang besar (Pengusaha) yang terdapat di pasar Sambu. Dalam proses pemasaran pedagang besar melakukan fungsi pemasaran yaitu fungsi pembelian dan kemudian melakukan fungsi selanjutnya yaitu fungsi penjualan daging sapi ke pedagang pengecer.

3. 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 2 (dua) orang yang berdagang pusat pasar atau lebih dikenal dengan pasar sambu. Pada umumnya pedagang pengecer daging sapi membeli dalam jumlah kecil dari pedagang besar (Pengusaha) yang telah menjadi langganan pedagang pengecer tersebut, harga beli daging sapi dari pedagang pengecer ke pedagang besar (pengusaha) adalah Rp. 105.000/Kg. yang selanjutnya daging sapi tersebut diecerkan sampai pada konsumen akhir.

4. konsumen

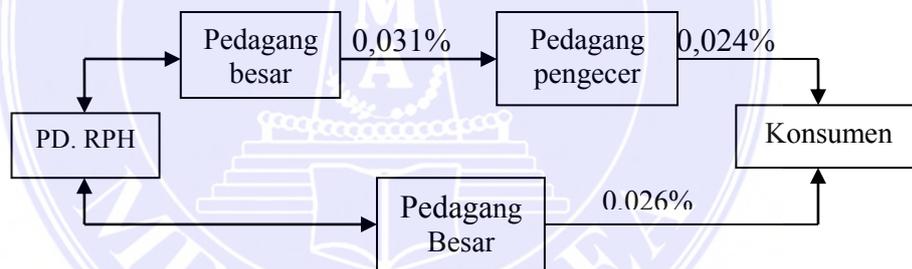
Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen pada penelitian rata-rata ibu rumah tangga yang menjadi responden. Jumlah responden

dalam penelitian ini berjumlah 25 orang konsumen yang datang membeli daging sapi di pusat pasar atau lebih sering disebut pasar sambas. Harga jual pedagang pengecer daging sapi ke konsumen akhir sebesar Rp. 110.000/Kg. berdasarkan hasil wawancara dengan responden, konsumen membeli daging sapi untuk memenuhi kebutuhan protein hewani rumah tangga.

5.1.2. Pola Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan

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 sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut (Indrajit, 2002).

Terdapat 2 rantai pasok daging sapi di Kota Medan adalah sebagai berikut:

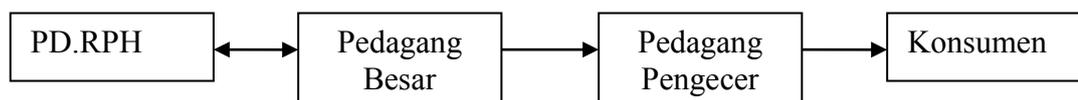


Gambar 9 Rantai pasok Daging Sapi Kota Medan

5.1.3. Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan

5.3.1. Rantai Pasok 1

Pada rantai pasok yang pertama ini, dari rumah potong hewan tersebut terdapat adanya pedagang besar langsung menjual daging sapi pedagang pengecer, dan dari pedagang pengecer menjual kembali kepada konsumen dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 10 Rantai pasok 1 (satu)

Pedagang besar datang menitipkan hewan peliharaannya di Rumah Potong Hewan (RPH) di Kota Medan yang akan dipotong setiap harinya. Daging sapi tersebut kemudian dijual kepada pedagang pengecer, terakhir konsumen, daging sapi yang telah dibeli dari pedagang besar menjual kepada pedagang pengecer, terakhir konsumen di pasar, dalam penelitian ini pasar yang dimaksud adalah Pusat Pasar atau lebih sering disebut dengan Pasar Sambu. Pedagang besar menitipkan ternaknya di Rumah Potong Hewan (RPH) akan dikenakan biaya sewa kandang, biaya kesehatan dan biaya jasa potong dengan biaya sewa kandang Rp 3.000,-/ekor/hari, biaya kesehatan Rp. 7.000,-/ekor, dan biaya jasa potong Rp. 75.000,-/ekor. Daging sapi yang telah disembelih kemudian di jual kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 105.000,-/kg dan pedagang pengecer menjual daging sapi kepada konsumen dengan harga Rp 110.000/kg.

Tabel 8 Biaya, harga dan margin pemasaran Pedagang Besar (Saluran 1)

No	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp)	Efisiensi (%)
Pedagang Besar				
1	Harga beli	95.000		
	Biaya	3.275	10.000	0,031190476
	Keuntungan	6.725		
	harga jual	105.000		
Pedagang Pengecer				
2	Harga beli	105.000		
	Biaya	2.680	5.000	0,024363636
	Keuntungan	2.320		
	harga jual	110.000		
Total		430.000	15.000	
Rata-Rata		53.750	7.500	

Sumber: Data primer diolah

Sedangkan untuk perhitungan efisiensi pemasaran bertujuan untuk melihat apakah saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien atau tidak efisien. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran daging sapi pada penelitian ini, sudah mengambil data dan diolah berdasarkan perhitungan dan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pedagang Besar

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100 \%$$

$$Efisiensi = \frac{\text{Rp. 3.275, -}}{\text{Rp. 105.000, -}} \times 100 \%$$
$$= 0,031\%$$

2. Pedagang pengecer

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100 \%$$

$$Efisiensi = \frac{\text{Rp. 2.680}}{\text{Rp. 110.000}} \times 100 \%$$
$$= 0,024 \%$$

Berdasarkan tabel margin pemasaran dan perhitungan efisiensi pemasaran dapat dilihat ditingkat lembaga pedagang besar memiliki margin pemasaran sebesar 0,031%, sedangkan untuk tingkat lembaga pedagang pengecer memiliki margin sebesar 0,024%.

A. Biaya Produksi dan Efisiensi Pemasaran Daging Sapi pada Rantai Pasok I

a. PD Rumah Potong Hewan Kota Medan

PD Rumah Potong Hewan (RPH) Kota Medan adalah Badan Usaha Milik Daerah Pemko Medan yang dalam melaksanakan tugas pokoknya bergerak dibidang pengolahan usaha jasa pemotongan hewan dan kegiatan lain yang berhubungan dengan pemotongan hewan dan kegiatan lain yang berhubungan

dengan pemotongan hewan. Para pedagang besar di pasar baik para pedagang besar maupun pedagang pengecer. juga yang memberikan ketetapan harga daging sapi dari pedagang besar, pedagang besar daging sapi menjual dengan harga Rp 105.000,-/kg dari pedagang besar

Berdasarkan penelitian ini, proses pemasaran daging sapi dimulai dari pedagang besar yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer dan terakhir sampai ke tangan konsumen. Namun sebelumnya pedagang besar menitipkan sapi yang akan disembelih di rumah potong hewan (RPH) Kota Medan.

b. Pedagang Besar.

Sasaran pedagang besar adalah lembaga pemasaran yang menyalurkan daging sapi yang telah disembelih di (RPH) Rumah Potong Hewan Kota Medan ke pedagang pengecer. Peran pedagang besar adalah menyediakan daging sapi yang kemudian dititipkan ke (RPH) Rumah Potong Hewan untuk disembelih setiap harinya dengan biaya sewa yang telah ditentukan oleh pihak (RPH) Kota Medan. Dalam penelitian ini sampel pedagang besar berjumlah 3 orang dari 3 pedagang besar yang sama memasarkan daging sapi ke pasar Sambu yang menjadi lokasi sampel peneliti. Dalam proses pengadaan Daging Sapi pedagang besar dengan cara yaitu pedagang besar menitipkan sapi-sapi yang akan disembelih setiap hari ke Rumah Potong Hewan (RPH) dengan biaya pengandangan Rp.3.000,-/ekor/hari, biaya kesehatan Rp.7.000,-/ekor, dan jasa potong Rp.75.000,-/ekor. Daging Sapi yang telah disembelih tersebut akan disalurkan kembali oleh pedagang besar ke pedagang pengecer yang telah menjadi pelanggan tetap yang berada di pusat pasar atau lebih sering disebut pasar sambu. Adapun harga dari Daging Sapi tersebut adalah Rp. 105.000,-/Kg. kemudian pedagang besar memasarkan atau menjual

Daging Sapi kepada pedagang pengecer yang berada di Pusat Pasar atau sering disebut Pasar (Sambu). Dalam proses pemasaran Daging Sapi pedagang besar menggunakan biaya pemasaran antara lain kantong plastik dan timbangan, tenaga kerja, pengandangan, kesehatan, dan upah potong. Untuk rincian biaya lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 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 (Kg/Kg)	Harga Daging Sapi (Kg/Kg)	Biaya Pemasaran						Total Biaya Pemasaran (Rp)
				Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik HD PE (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Pengandangan (Rp/kg)	Kesehatan (Rp/Kg)	Upah Potong (Rp/Kg)	
1	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
2	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
3	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
Total	3	480	285.000	3.375	450	1.500	56.25	131.25	4.500	9.825
Rata-Rata	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.25	1.500	3.275

Sumber: Data Primer Diolah(2019)

Dapat dilihat dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh ketiga responden pedagang besar sebesar Rp. 9.825,-dengan rata-rata sebesar Rp. 3.275,- biaya pemasaran yang dibutuhkan pedagang besar meliputi biaya timbangan dengan total Rp. 3.375,- dengan rata-rataRp. 1.125,- biaya kantong plastic HDPE dengan ukuran 40 cm dari ketiga sampel dengan total Rp. 450,- dengan rata-rata Rp. 150,-biaya tenaga kerja dengan total Rp. 1.500,- dengan rata-rata Rp. 500,-, biaya pengandangan sebesar Rp.18.75,-/pedagang besar dengan rata-rata Rp. 18.75,- biaya kesehatan sebesar Rp.131.25,-/pedagang besar dengan rata-rata Rp. 43.25,- upah potong sebesar Rp.4.500,-/ekor/pedagang besar dengan rata-rata Rp. 1.500,-.

c. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah lembaga 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 aktifitas pedagang pengecer dalam menjual produk ke konsumen. Pedagang pengecer daging sapi pada penelitian ini diambil 2 sampel dari pasar di Kecamatan Medan Kota yang Terletak di Pusat Pasar atau sering disebut Pasar Sambu. Pada umumnya pedagang pengecer membeli daging sapi dari pedagang besar yang sudah menjadi langganan pedagang pengecer tersebut, harga dari pedagang besar tersebut adalah Rp. 105.000,-/Kg, kemudian pedagang pengecer memasarkan atau menjual daging sapi kepada konsumen yang berada di Pusat Pasar atau sering disebut Pasar (Sambu) dengan harga Rp. 110.000.-.

Hukum ekonomi penawaran menyatakan bahwa bila tingkat harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik dan sebaliknya bila tingkat harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun, namun pada penelitian ini berdasarkan data pedagang besar tidak terjadi hukum penawaran tersebut. Dimana ketika harga barang naik maupun harga barang mengalami penurunan jumlah sapi yang disembelih tetap, namun pada hari-hari besar tertentu jumlah sapi yang disembelih akan mengalami peningkatan.

Tabel 10 Biaya Pemasaran Dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Daging Sapi dalam sekali pembelian

No Sampel	Jumlah Daging Yang Dibeli (Ekor)	Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran			Total Biaya Pemasaran (Rp)
			Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik HDPE (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	
1	80	110.000	120	240	1.000	1.360
2	90	110.000	120	200	1.000	1.320
Total	170	220.000	240	440	2.000	2.680
Rata-Rata		110000	120	220	1000	1.340

Sumber: Data primer diolah

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh kedua responden pedagang pengecer sebesar Rp. 2.680,- dengan rata-rata

sebesar Rp. 1.340,- biaya pemasaran yang dibutuhkan pedagang pengecer meliputi biaya kantong plastik dari kedua sampel dengan total Rp. 440,- dengan rata-rata Rp. 220,- biaya timbangan dengan total Rp. 240,- dengan rata-rata Rp. 120,- dan biaya transportasi sebesar 2.000,- dengan rata-rata Rp. 1.000,-.

d. Konsumen

Konsumen merupakan semua individu dan rumah tangga yang membeli daging sapi untuk dikonsumsi. Konsumen daging sapi yang terdapat di daerah penelitian sebagian besar adalah ibu rumah tangga dengan rata-rata umur 38 Tahun. Konsumen daging sapi pada daerah penelitian memiliki rata-rata penghasilan sebesar Rp 1.846.667.

Tabel 11 Biaya Pembelian Dan Total Biaya Pembelian konsumen Daging Sapi dalam sekali pembelian

No Sampel	Volume Daging Yang Dibeli (Kg)	Harga Beli Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp)
1	1	110.000	5.000
2	1	110.000	8.000
3	1	110.000	6.000
4	1	110.000	6.000
5	0.5	110.000	6.000
6	1	110.000	8.000
7	0.5	110.000	10.000
8	0.5	110.000	5.000
9	0.5	110.000	5.000
10	1	110.000	8.000
Total	6	1.100.000	67.000
Rata-Rata	1	110.000	6.700

Sumber: Data primer diolah

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa total harga beli tingkat konsumen yang dikeluarkan oleh sepuluh responden sebesar Rp. 1.100,000,- dengan rata-rata sebesar Rp. 110.000,- biaya pembelian yang dibutuhkan konsumen meliputi harga beli daging sapi dari pedagang pengecer dengan total Rp. 1.100,000,- dengan rata-rata Rp. 110.000,- biaya transportasi dengan total Rp. 67.000,- dengan rata-rata Rp. 6.700,-.

1. Efisiensi Pemasaran Rantai Pasok I

Analisis efisiensi pemasaran menurut Soekartawi 2003 adalah Biaya Pemasaran dikali 100% dari nilai produk yang dipasarkan. Apabila kurang dari 50% saluran pemasaran dikatakan efisien dan jika saluran pemasaran lebih besar dari 50% maka saluran pemasaran dikatakan tidak efisien, penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran pada tiap saluran.

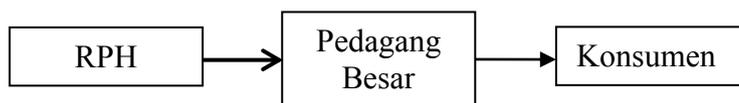
Selanjutnya efisiensi saluran pemasaran daging sapi di kota Medan pada rantai pasok I adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{efisiensi} &= \frac{\text{biaya pemasaran}}{\text{nilai akhir produk}} \times 100\% \\ \text{Efisiensi} &= \frac{\text{Rp. 2.680}}{\text{Rp. 110.000}} \times 100\% \\ &= 0.024\% \end{aligned}$$

Rantai pasok I menunjukkan nilai efisiensi yaitu 0,024% yang artinya nilai ini lebih kecil dibandingkan dari 50% sehingga pada rantai pasok 1 dapat dikatakan efisien.

5.3.2. Rantai Pasok Daging Sapi II

Pada rantai pasok daging sapi yang kedua ini ,dari rumah potong hewan tersebut dapat kita lihat adanya pedagang besar langsung menjual daging sapi kepada konsumen dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 11 Rantai Pasok Daging Sapi II

Pada rantai pasok yang kedua ini, pedagang besar langsung menjual daging sapi yang telah dipotong di (RPH) ke Konsumen akhir yang telah menjadi

pelanggan tetap dengan harga Rp.105.000/kg. Tabel margin pemasaran daging sapi Kota Medan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 12 Margin Pemasaran Rantai pasok II Daging Sapi di Kota Medan

No	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp)	Efisiensi (%)
Pedagang Besar				
1	Harga Beli	95.000	9.512	0,0265428571
	Biaya	2.787		
	Keuntungan	6.725		
	harga jual	105.000		
Total		210.000		
Rata-Rata		52.500		

Sumber: Data primer diolah

Sedangkan untuk perhitungan efisiensi pemasaran bertujuan untuk melihat apakah saluran pemasaran pemasaran tersebut dikatakan efisien atau tidak efisien. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran daging sapi dalam penelitian ini, sudah mengambil data dan diolah berdasarkan perhitungan dan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Pedagang Besar

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100 \%$$

$$Efisiensi = \frac{\text{Rp. 2.787}}{\text{Rp. 105.000}} \times 100 \%$$

$$= 0,026\%$$

Rantai pasok II menunjukkan nilai efisiensi yaitu 0,026 % yang artinya nilai ini lebih kecil dibandingkan dari 50% sehingga pada rantai pasok II dapat dikatakan efisien.

2. Biaya Produksi Pedagang Pada Rantai Pasok II

a. PD Rumah Potong Hewan Kota Medan

Selain sebagai tempat Rumah pemotongan hewan, (RPH) Kota Medan juga menyediakan layanan pengandangan, dan pemeriksaan kesehatan sebelum Sapi disembelih setiap harinya, Pedagang besar yang menitipkan Sapi yang akan disembelih dikenakan biaya atas jasa pengandangan, pemeriksaan kesehatan dan jasa pemotongan sampai pada daging sapi siap diedarkan kepada pedagang pengecer oleh pedagang besar maupun langsung kepada konsumen.

Pada rantai pasok II konsumen melakukan pembelian langsung ke pedagang besar tanpa melalui perantara pedagang pengecer untuk meminimalkan harga daging dan mendapatkan keuntungan lebih besar, rincian biaya yang dikeluarkan pedagang besar dalam pemasaran daging sapi pada rantai pasok II dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 13 Biaya Pemasaran Dan Total Biaya Pemasaran Pedagang Besar Daging Sapi

No Sampel	Jumlah Sapi Yang Disembelih (Ekor)	Jumlah Daging Sapi Yang Diperoleh (Kg)	Harga Daging Sapi (Kg/Kg)	Biaya Pemasaran					Total Biaya pemasaran (Rp)
				Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik HD PE (Rp/Kg)	pengandangan (Rp/Kg)	kesehatan (Rp/Kg)	Upah potong (Rp/Kg)	
1	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
2	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
3	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
Total	3	480	285.000	3.375	300	56.25	131.25	4.500	8.361
Rata-Rata	1	160	95.000	1.125	150	18.75	43.25	1.500	2.787

Sumber: Data primer diolah (2019)

tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh ketiga responden pedagang besar sebesar Rp. 8.361,- dengan rata-rata sebesar Rp. 2.787,- biaya pemasaran yang dibutuhkan pedagang besar meliputi biaya

timbangan dengan total Rp. 3.375,- dengan rata-rata Rp. 1.125,- biaya kantong plastic HDPE dari ketiga sampel berdiameter 25 cm dengan total Rp. 300,- dengan rata-rata Rp. 150,- dengan biaya pengandangan sebesar Rp.9.000,- /pedagang besar dengan rata-rata Rp. 3.000,-, biaya kesehatan sebesar Rp.21.000,- /ekor/pedagang besar dengan rata-rata Rp. 7.000,-, upah potong sebesar Rp.225.000,-/ekor/pedagang besar dengan rata-rata Rp. 75.000,-.

b. Konsumen

Konsumen yang membeli daging sapi ke pedagang langsung ke pedagang besar merupakan ibu rumah tangga yang berumur 37 tahun dengan rata-rata pembelian daging sapi pada daerah penelitian sebanyak 1kg, namun pada rantai pasok II ini konsumen lebih didominasi oleh pedagang olahan makanan yang berbahan dadar daging sapi untuk data jumlah daging sapi yang dibeli, harga di tingkat konsumen, biaya transportasi dan biaya pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 14 Jumlah Pembelian, Harga, Dan Biaya Tingkat Konsumen

No Sampel	Jumlah Daging Yang Dibeli (Kg)	Harga Beli Tingkat Konsumen (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)	Total Biaya Pembelian (Rp)
1	3	105.000	5.000	110.000
2	3	105.000	8.000	113.000
3	3	105.000	6.000	111.000
4	2	105.000	6.000	111.000
Total	11	420.000	25.000	445.000
Rata-Rata	2,75	105.000	6.250	111.250

Sumber: Data primer diolah (2019)

D.Efisiensi Pemasaran Rantai Pasok II

Analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada tiap saluran pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran daging sapi di Kota Medan pada saluran II dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
\text{Efisiensi} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\% \\
&= \frac{\text{Rp 2.787}}{\text{Rp 105.000}} \times 100\% \\
&= 0,026 \%
\end{aligned}$$

Berdasarkan tingkat efisiensi pada rantai pasok II diketahui bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,026% maka dapat dikatakan efisien karena nilai efisiensi nya lebih kecil dari 50%.

1. Efisiensi pemasaran Rantai Pasok I daging sapi tingkat pedagang besar

Nilai efisiensi pedagang besar dalam penelitian ini adalah sebesar 0,031 % yang artinya lebih kecil dari 50 %, maka dapat dikatakan bahwa rantai pasok daging sapi tingkat pedagang besar efisien.

2. Efisiensi pemasaran daging sapi tingkat pedagang pengecer

Nilai efisiensi pedagang pengecer dalam penelitian ini adalah sebesar 0,024% yang artinya lebih kecil dari 50 %, maka dapat dikatakan bahwa rantai pasok daging sapi ditingkat pedagang pengecer efisien.

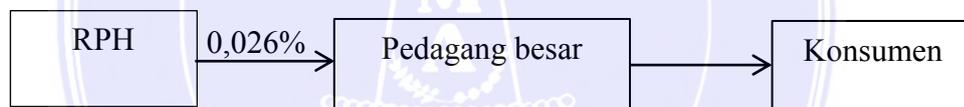
3 Efisiensi Pemasaran Rantai Pasok II daging sapi tingkat pedangan besar

Nilai efisiensi pedagang besar dalam penelitian ini adalah sebesar 0,026% yang artinya lebih kecil dari 50 % maka dapat dikatakan rantai pasok II daging sapi tingkat pedagang besar efisien.

Meskipun dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil nilai efisiensi pemasaran daging sapi di Kota Medan efisien, hal yang menjadi masalah dimasyarakat dalam rantai pasok daging sapi ini adalah jumlah peternak

Sapi yang setiap tahun mengalami fluktuasi, hal tersebut menjadikan harga daging sapi yang tidak terkontrol pada hari-hari besar tertentu dan hal ini juga disebabkan tidak adanya kebijakan pemerintah yang memberikan harga daging sapi di tingkat pedagang besar maupun pedagang pengecer. Hal lain yang terjadi di masyarakat adalah biaya tak terduga seperti pungli dan lain-lain. Dalam penelitian ini lokasi pasar yang dimaksud adalah pusat pasar atau sering disebut dengan pasar Sambu, menurut pengakuan pedagang harga jual daging sapi akan meningkat pada hari-hari besar keagamaan seperti idul fitri, idul adha, dan natal hal tersebut juga disebabkan meningkatnya permintaan akan daging sapi namun pasok daging sapi yang sedikit.

Adapun gambaran nilai rantai pasok II dan nilai efisiensi pada pemasaran daging sapi dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 12 Rantai Pasok Efisiensi

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan

Konsumen dan Rantai pasok II dimulai dari Pedagang besar, ke Konsumen hasil penelitian dan analisis yang dilakukan mengenai rantai pasok daging di Kota Medan hanya berperan milik pedagang besar. kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Terdapat dua rantai pasok daging sapi di Kota Medan dalam menyalurkan produknya adalah rantai pasok I dimulai dari Pedagang Besar, Pedagang Pengecer dan terakhir.
- 2 Pada rantai pasok I nilai efisiensi pemasaran untuk pedagang besar sebesar 0,031% dan pedagang pengecer sebesar 0,024% pada rantai pasok II nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,026%.
- 3 Rantai pasok II lebih efisien dari rantai pasok I karena nilai efisiensi rantai pasok II lebih kecil dari rantai pasok I.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini maka saran yang ingin disampaikan untuk pihak-pihak terkait yaitu :

1. Untuk RPH sebaiknya tidak membuat peraturan yang sangat rumit oleh para pedagang yang ingin melakukan pemotongan sapi di Rumah Potong Hewan (RPH).
2. Untuk pedagang agar dapat menyesuaikan harga beli dengan harga jual agar konsumen tetap bisa membeli daging sapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirah, Z. N. 2015. *Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali Sampai Konsumen Akhir Di Kota Garut*. Skripsi. Universitas Padjajaran.
- Astawan, M.K., 1991. *Mengapa Kita Perlu Makan Daging?*<http://kompas.com> [12 Maret2007].Badan Pusat Statistik Kabupaten Kota Medan, 2017.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kota Medan, 2017.
- Chalidin, M. 2016. *Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi Pada Tingkat Rumah Tangga Di Kelurahan Sei Kambing B, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan*Skripsi.Universitas Medan Area.
- Chopra, dkk. 2001. *Performance Measurement of Supply Chain Via Balanced Scorecard: The Case of Brewing Group. The Business Review, Cambridge*. Istanbul Bilgi University.10, (1).
- Diana, D. I. 2016.*Analisis Rantai Pasok Sosis Food Industries Dari Produsen Sampai Konsumen Di Kota Bandung*.Skripsi. Universitas Padjajaran.
- Emhar, A. 2014. *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi Di Kabupaten Jember*. Skripsi. Universitas Jember.
- Gultom, 2011. *Diktat Pemasaran Hasil Pertanian, Jurusan sosial Ekonomi Pertanian*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hayami, Y., T. Kawagoe, Y. Marooka dan M. Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, A Prospective From Sunda Village*. CGPRT. Bogor
- Indrajit, R.E , dan Djokopranoto, R. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain : Cara Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. PT. Gramedis Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kalakota, dalam Irghandi, 2008.*Pembesaran Sapi Potong Secara Intensif*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kanisius, 1990. *Perternak Sapi Potong*. Kanisius, Yogyakarta.
- Kotler. Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian buku 2 edisi ke 8*.Jakarta : Salemba 4.
- Megawati Rachman,Nadya,2016. *Efisiensi Jaringan Daging Sapi*. Penebar Swadaya. Kota Bogor.
- Mulyadi.2005. *Akuntansi Biaya edisi ke 5 cetakan ke 7.UUP STIM YKPN*.Yogyakarta.

- Pujawan, 2005. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Sapi Potong*. Buletin Peternakan. 39(1): 57-63.
- Rianto dan Purbowati 2010 *Perternak Melewati Pengumpul Informasi Pasar*. Bulletin Perternak 19(1):32-42.
- Rahim A, dan Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian: Pengantar, Teori dan Kasus*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rudianto, 2009. *Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar*. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 4, No. 1, Mei 2016 ISSN: 2355-0759.
- Sudarisman, T. Dan A.R Elvina 1996. *Petunjuk memilih Produk Ikan dan Daging* Cetakan I, PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Syukur, A. Moh. 2017. *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Siagan, Yolanda M.2005. *Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: PT. Grasindo Widiarsarana Indonesia.
- Soekartawi, 2003. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi* Rajawali, Pers, Jakarta.
- Sudiyono, A.,2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Wibowo, F.G. 1997. *Pembuatan Bakso Ikan dan Daging*, Cetakan III. PT Penebar Swadaya , Jakarta.
- Yunus, Ahmad, 2012. *Sukses Usaha Pembibitan Sapi & Kambing*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Zahra Nur Amirah (2015) “Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali Sampai Konsumen Akhir Di Kota Garut”.PT Penerbit, Garut.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

Lampiran I

KUISIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya mahasiswa Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan. Kuisisioner ini disusun untuk melihat dan mengetahui rantai pasok daging sapi di Kota Medan. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan perhatiannya.

No. Kuisisioner :

Petunjuk pengisian: Berilah tanda silang (X) pada pilihan saudara.

A. Lembaga Pemasaran

➤ **Pedagang Besar**

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur (Tahun) :
4. Pendidikan :
 - a. SD Sederajat
 - b. SMP Sederajat
 - c. SMA Sederajat
 - d. D-3
 - e. S-1
 - f. Tidak Sekolah
5. Jumlah Tanggungan Keluarga :
6. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang besar:
..... (tahun)
7. Apakah saudara memiliki pekerjaan lain : a. Ya b. Tidak
Jika Ya, sebutkan
8. Diperoleh dari manakah daging sapi tersebut :
 - a. RPH (Rumah Potong Hewan)

- b.
9. Berapa harga beli daging sapi dari RPH : Rp
10. Dimana kegiatan atau transaksi berlangsung :
- a. Langsung di tempat
- b. Di antar
11. Berapa biaya yang dikeluarkan dalam satu kali pembelian: Rp
12. Bagaimana saudara mendapatkan informasi mengenai harga jual daging sapi :
.....
13. Apakah daging Sapi langsung dijual kembali : a. Ya b.Tidak
14. Dijual kepada siapa daging sapi tersebut :
- a. Konsumen
- b. Pedagang pengecer
15. Berapa harga jual daging sapi : Rp/kg
16. Berapa pendapatan saudara : Rp.....
17. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi daging sapi :
.....
18. Berapa jumlah tenaga kerja yang di butuhkan :Orang
19. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp
20. Berapa biaya transportasi untuk mengangkat daging sapi :
.....
21. Dengan siapa saudara melakukan penjualan daging sapi :

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

➤ **Pengecer**

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur (Tahun) :
4. Pendidikan :

- a. SD Sederajat
 b. SMP Sederajat
 c. SMA Sederajat
 d. D-3
 e. S-1
 f. Tidak sekolah
5. Jumlah Tanggungan Keluarga :
6. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pengecer :(tahun)
7. Apakah saudara memiliki pekerjaan lain : a. Ya b. Tidak
 Jika Ya sebutkan :
8. Diperoleh dari manakah daging sapi tersebut :
 a. RPH
 b. Pedagang besar
9. Berapa harga beli ditingkat :
 a. RPH: Rp.....
 b. Pedagang besar : Rp.....
10. Dimana kegiatan atau transaksi berlangsung :
 a. Langsung ditempat
 b. Pasar
 c. Diantar
11. Berapa biaya transport bila diantarkan:Rp.....
12. Bagaimanakah cara transaksinya :
 a. Bayar langsung/cash
 b. Panjar baru memesan
 c. Diantar langsung bayar cash
13. Dijual kepada siapa daging sapi tersebut :
 a. Konsumen langsung
 b. Lainnya :.....
14. Dijual kemana daging sapi selain pasar tersebut :.....
15. Dengan siapa saudara melakukan penjualan daging sapi tersebut:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)	Sistem pembayaran

➤ **Konsumen**

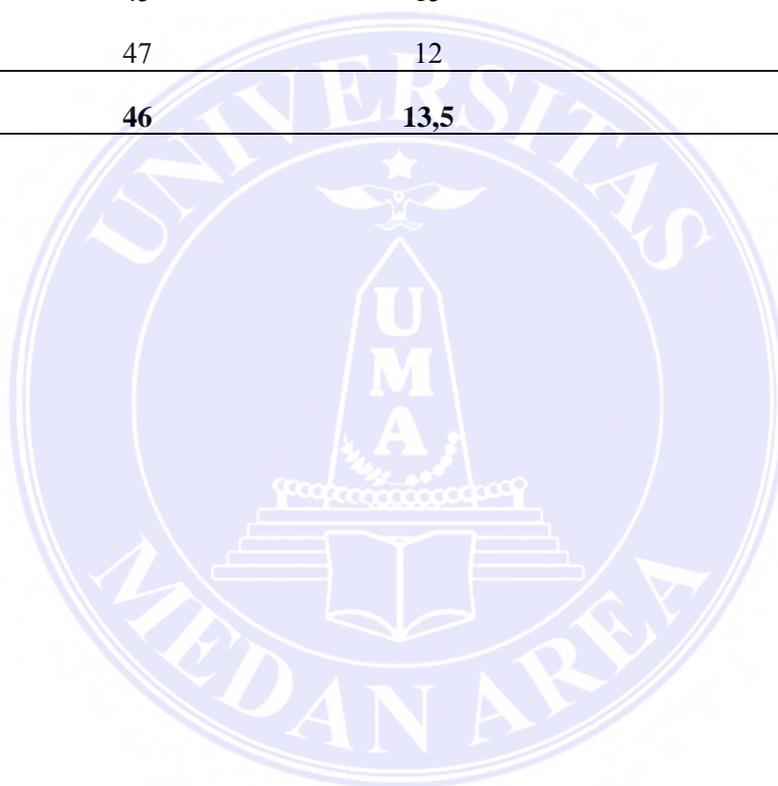
1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur (Tahun) :
4. Pendidikan :
 - a. SD Sederajat
 - b. SMP Sederajat
 - c. SMA Sederajat
 - d. D-3
 - e. S-1
 - f. Tidak sekolah
5. Jumlah Tanggungan Keluarga :
6. Berapa Pendapatan Saudara:
7. Apa pekerjaan saudara :
8. Alamat :
9. Diperoleh dari manakah daging sapi tersebut :
 - a. Pedagang Pengecer
 - b. Pedagang besar
10. Dengan siapa saudara melakukan pembelian daging sapi tersebut:
11. Berapa daging sapi yang di beli : (kg/bulan)
12. Berapa harga beli daging sapi :

Lampiran 1 .Karakteristik Pedagang Besar

No Sampel	Umur Pedagang	Pengalaman Pedagang	Pendidikan Pedagang
1	69	40	12
2	64	35	9
3	53	30	12
Rata-rata	62	35	11

Lampiran 2. Karakteristik Pedagang Pengecer

No Sampel	Usia Pedagang	Pengalaman Pedagang	Pendidikan Pedagang
1	45	15	12
2	47	12	12
Rata-Rata	46	13,5	12



Lampiran Tabel.

Biaya Dan Harga, Margin Pemasaran Daging Sapi Di Kota Medan Pada Saluran 1

No	Lembaga	Biaya Dan Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp)	Efisiensi (%)
Pedagang Besar				
1	Harga Beli	95.000	10.000	0,031190476
	Biaya	3.275		
	Keuntungan	6.725		
	Harga Jual	105.000		
Pedagang Pengecer				
2	Harga Beli	105.000	5.000	0,024363636
	Biaya	2.680		
	Keuntungan	2.320		
	Harga Jual	110.000		
Total		430.000	15.000	
Rata-Rata		53.750	7.500	

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Margin Pemasaran Biaya Dan Harga, Margin Pemasaran Daging Sapi Di Kota Medan Pada Saluran 2

No	Lembaga	Biaya Dan Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp)	Efisiensi (%)
	Pedagang Besar			
1	Harga Beli	95.000	9.512	0,0265428571
	Biaya	2.787		
	Keuntungan	6.725		
	Harga Jual	105.000		
	Total	210.000		
	Rata-Rata	52.500		

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Biaya Pedagang Besar Dalam 1 Kali Pembelian

No Sampel	Jumlah Sapi Yang Disembelih (Ekor)	Jumlah Daging Sapi Yang Diperoleh (Kg)	Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran						Total Biaya Pemasaran (Rp)
				Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik Hd Pe (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Pengandangan (Rp/Kg)	Kesehatan (Rp/kg)	Upah Potong (Rp/Kg)	
1	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
2	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
3	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.75	1.500	3.275
Total	3	480	285.000	3.375	450	1.500	56.25	131.25	4.500	9.825
Rata-Rata	1	160	95.000	1.125	150	500	18.75	43.25	1.500	3.275

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Biaya Pedagang Besar Dalam 1 Kali Pembelian

No Sampel	Jumlah Sapi Yang Disembelih (Ekor)	Jumlah Daging Sapi Yang Diperoleh (Kg)	Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran					
				Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik Hd Pe (Rp/Kg)	Pengandangan (Rp/Kg)	Kesehatan (Rp/Kg)	Upah Potong (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp)
1	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
2	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
3	1	160	95.000	1.125	100	18.75	43.75	1.500	2.787
Total	3	480	285.000	3.375	300	56.25	131.25	4.500	8.361
Rata-Rata	1	160	95.000	1.125	150	18.75	43.25	1.500	2.787

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Biaya Pedagang Pengecer Dalam 1x Pembelian Rantai Pasok I

No Sampel	Jumlah Daging Yang Dibeli (Kg)	Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran			Total Biaya Pemasaran (Rp)
			Timbangan (Rp/Kg)	Kantong Plastik (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	
1	80	110.000	120	240	1.000	1.360
2	90	110.000	120	200	1.000	1.320
Total	170	220.000	240	440	2.000	2.680
Rata-Rata		110000	120	220	1000	1.340

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Karakteristik Responden Konsumen Pada Rantai Pasok 1

No	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan (Rp)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Daging Sapi (Rp/Kg)
1	44	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.500.000	1	110.000
2	38	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	1	110.000
3	50	SMP	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	1	110.000
4	43	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	1	110.000
5	36	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.500.000	0.5	110.000
6	28	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.500.000	1	110.000
7	32	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	0.5	110.000
8	45	SMP	Ibu Rumah Tangga	1.700.000	0.5	110.000
9	30	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.500.000	1	110.000
10	30	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	1	110.000
Total				19.700.000	7	1.100.000
Rata-Rata		37,6		1.970.000	1	110.000

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Karakteristik Konsumen Konsumen I

No	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan (Rp)	Jumlah pembelian (kg)	Harga daging sapi (Rp/Kg)
1	44	SMA	Pedagang	2.500.000	2	110.000
2	38	SMA	Pedagang	2.000.000	2	110.000
3	50	SMP	Pedagang	2.000.000	3	110.000
4	43	SMA	Pedagang	2.000.000	2	110.000
5	36	SMA	Pedagang	1.500.000	3	110.000
6	28	SMA	Pedagang	2.500.000	2	110.000
8	32	SMA	Pedagang	2.000.000	2	110.000
9	45	SMP	Pedagang	1.700.000	2	110.000
10	30	SMA	Pedagang	2.000.000	3	110.000
Total				18.200.000	21	990.000
Rata-Rata		38,4444		2.022.222	2	110.000

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Biaya Pedagang Pembelian Konsumen Rantai Pasok I

No Sampel	Jumlah Daging Yang Dibeli (Kg)	Biaya Pembelian		Total Biaya Pembelian (Rp)
		Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp)	
1	1	105.000	1.000	106.000
2	1	105.000	1.000	106.000
3	1	105.000	1.500	106.500
4	1	105.000	1.500	106.500
5	0.5	105.000	1.500	106.500
6	1	105.000	1.500	106.500
7	0.5	105.000	1.000	106.000
8	0.5	105.000	1.000	106.000
9	1	105.000	1.000	106.000
10	1	105.000	2.000	107.000
Total	500	1.050.000	13.000	1.063.000
Rata-Rata	1	105000	1.300	106.300

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Biaya Pedagang Pembelian Konsumen Rantai Pasok II

No Sampel	Jumlah Daging Yang Dibeli (Kg)	Biaya Pembelian		Total Biaya Pembelian (Rp)
		Harga Daging Sapi (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp)	
1	2	105.000	1.000	106.000
2	2	105.000	1.000	106.000
3	3	105.000	1.500	106.500
4	2	105.000	2.000	107.000
5	3	105.000	1.500	106.500
6	2	105.000	1.500	106.500
7	2	105.000	2.500	107.500
8	2	105.000	1.000	106.000
9	3	105.000	1.000	106.000
10	3	105.000	2.000	107.000
Total		1.050.000	15.000	1.065.000
Rata-Rata		2	105.000	1.500

Sumber: Data Primer Diolah 2018

PENELITIAN



Gambar 13. Rumah Potong Hewan (RPH)



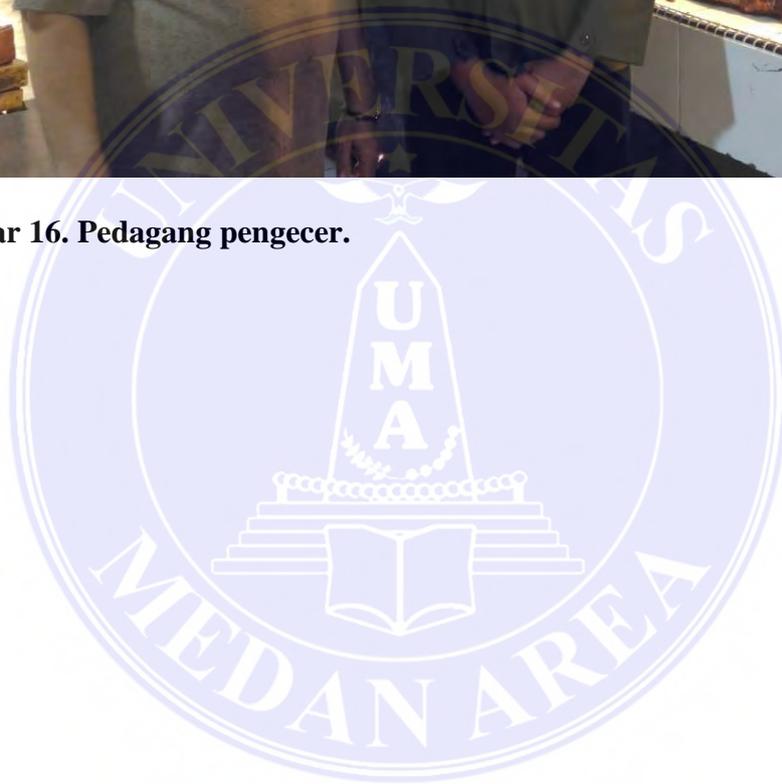
Gambar 14. Pedagang besar di pasar sambu.



Gambar 15. Pedagang pengecer.

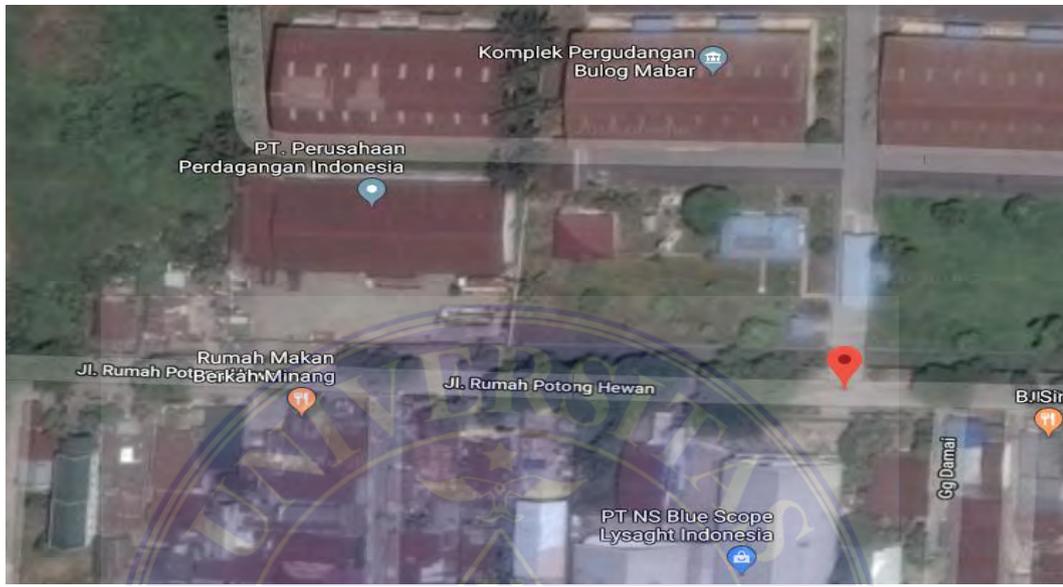


Gambar 16. Pedagang pengecer.



Lampiran 14

Lokasi Penelitian





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jl. Koiam No. 1 Medan estate, Medan 20371 Telp. 061-7366878, Fax. 061-7368012
Kampus II : Jl. Setia Budi No. 79 B / Jl. Sei Serayu No. 70 A Medan 20132 Telp. 061-8225602
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website : www.uma.ac.id

Nomor : ~~467~~ /FP.0/01.10/X/2018

Lamp. :

Hal : Pengambilan Data/Riset

25 Oktober 2018

Yth. Direktur Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan
Kota Medan

Dengan hormat,

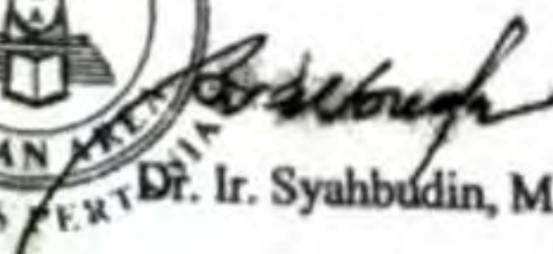
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Jimmi Aulia
NPM : 138220012
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan untuk kepentingan skripsi berjudul "Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:

1. Ka.Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN DAERAH RUMAH POTONG HEWAN KOTA MEDAN

Jl. Rumah Potong Hewan Mabar Telepon : 061 - 6853073
M E D A N



SURAT KETERANGAN

Nomor : 539 / 0299 / PD.RPH / 2018

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainal Mardiah, SPd.MSi
Jabatan : Direktur Umum & Keu/ SDM
PD. Rumah Potong Hewan Kota Medan

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area yang tersebut di bawah ini :

Nama : Jimmi Aulia
NPM : 138220012
Fakultas : Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Judul Skripsi : "Analisis Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Medan"

Adalah benar telah melakukan penelitian di PD.Rumah potong Hewan Kota Medan sejak tanggal 07 Nopember 2018. Dalam rangka penyusunan Skripsi.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 12 Desember 2018
DIREKSI PD. RUMAH POTONG HEWAN
KOTA MEDAN
AINAL MARDIAH, SPd.MSi
Direktur Umum & Keu/ SDM

Cc.Pertinggal