

Model Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Praya Timur Pasca Program Bumi Sejuta Sapi di Nusa Tenggara Barat

Zulkarnaen¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Abstract

After Bumi Sejuta Sapi (BSS) program in NTB, cattle farmers are required to determine the marketing patterns of their animals, where female cattle cannot be traded easily, especially intended for consumption. This research is conducted to find out the cattle marketing model in the Praya Timur District after the Bumi Sejuta Sapi program. This study uses a qualitative approach with explorative descriptive methods. The location of the study was conducted in Praya Timur District, Central Lombok Regency. The data analysis model used is the Miles and Huberman model analysis, where the data that has been categorized, and interpreted subsequently is described in a model. The results of this study indicate that the livestock marketing model in the Praya Timur District is not much different from the previous livestock marketing model where farmers are free to sell their livestock in the animal market, to slaughterhouses, other breeders, or to other traders. The difference is that for recipients of livestock assistance from the BSS program, sales of cattle may only be done if they have given birth at least twice; The sale of female cattle outside the area is not permitted; and Prohibition of slaughter of cattle that are still productive

Keywords: bumi sejuta sapi, marketing model

abstrak

Pasca program Bumi Sejuta Sapi (BSS) di Nusa Tenggara Barat (NTB), peternak sapi dituntut untuk menentukan pola pemasaran ternaknya, dimana sapi betina tidak dapat diperjualbelikan dengan mudah, apalagi ditujukan untuk konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pemasaran ternak sapi di Kecamatan Praya Timur pasca program Bumi Sejuta Sapi Provinsi NTB. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif eksploratif. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah. Model analisis data yang digunakan adalah analisis model *Miles* dan *Huberman*, dimana data yang telah dikategorisasi, dan ditafsirkan selanjutnya dideskripsikan dalam suatu model. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model pemasaran ternak di Kecamatan Praya Timur tidak jauh berbeda dengan model pemasaran ternak sebelumnya dimana peternak bebas melakukan penjualan ternaknya di pasar hewan, rumah pemotongan hewan (RPH), kepada peternak lain, atau kepada pedagang lainnya. Yang membedakan adalah bagi penerima bantuan ternak dari program BSS, penjualan ternak sapi bantuan hanya boleh dilakukan jika telah beranak minimal dua kali; Penjualan ternak sapi betina ke luar daerah tidak dibolehkan; dan pelarangan pemotongan ternak sapi yang masih produktif

Kata Kunci: bumi sejuta sapi, model pemasaran, pengendalian penjualan sapi betina

¹ Korespondensi. zulkarnaen_amm@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu produsen sapi di Indonesia yang memiliki potensi lahan pengembangan sapi cukup luas. Berdasarkan perhitungan ketersediaan pakan, NTB memiliki potensi kapasitas tampung ternak 2 juta ekor pertahun, di mana yang dimanfaatkan baru sekitar 34,79 persen. Luas lahan potensial untuk pakan ternak terbagi di dua pulau yakni Pulau Lombok sebesar 386.478 hektar yang bisa memenuhi kebutuhan pakan ternak sebanyak 800 ribu ekor, sementara lahan di Pulau Sumbawa yang potensial untuk sumber pakan mencapai 1,3 juta hektar yang diperkirakan bisa untuk memenuhi kebutuhan pakan 1,2 juta ekor.

Dalam rangka mengokohkan NTB sebagai produsen sapi sekaligus mendukung percepatan program swasembada daging sapi, Pemerintah Provinsi NTB sejak 17 Desember 2008 telah melaksanakan sebuah program akselerasi pengembangan ternak sapi yaitu Program Bumi Sejuta Sapi (BSS).

Melalui program BSS diupayakan peningkatan populasi, produksi, dan produktivitas sapi dengan menetapkan empat kebijakan pokok, yaitu: 1) 3S (Satu induk–Satu anak–Satu tahun), bertujuan untuk mengoptimalkan produktivitas induk sapi, sehingga meningkatkan jumlah kelahiran pedet; 2) Pengendalian penjualan sapi bibit betina, berupa pembatasan pengiriman ke luar daerah sapi bibit betina selama tiga tahun pertama program NTB BSS (2009-2011), yang semula sekitar 13.000 ekor menjadi 8.500 ekor per tahun. Dengan pembatasan pengeluaran sapi bibit betina selama periode tertentu maka jumlah induk pada periode berikutnya akan meningkat; 3) Pengendalian pemotongan betina produktif: kebijakan ini berupa upaya pengurangan persentase pemotongan betina produktif terhadap jumlah pemotongan tercatat, dari 20% pada Tahun 2009 menjadi 10% pada Tahun 2013 dan 5% pada Tahun 2018. Kebijakan ini merupakan bagian dari upaya meningkatkan jumlah induk produktif; 4) Pengendalian penyakit pedet: kebijakan ini berupa upaya pengurangan jumlah kematian pedet yang diakibatkan oleh parasit dengan memberikan obat cacing gratis untuk pedet umur 1 sampai 6 bulan. Kebijakan ini penting karena hampir 70% kematian pedet diakibatkan oleh parasit. (Blue Print NTB BSS, 2009)

Dalam mensukseskan program BSS itu, Pemerintah Provinsi NTB telah mengeluarkan sejumlah regulasi antara lain membatasi tata niaga (pemasaran) ternak antar pulau, pengendalian pemotongan sapi betina produktif dan pembibitan sapi berbasis masyarakat. Regulasi tersebut dikeluarkan dalam bentuk peraturan Gubernur NTB. Selain itu, sejak 2009 telah disalurkan dana program pemberdayaan masyarakat kepada 252 kelompok peternak dengan nilai Rp.30,308 miliar, yang dimanfaatkan peternak untuk pengadaan ternak sapi sebanyak 4.351 ekor.

Pembatasan pengiriman ternak sapi bibit betina ke luar daerah dan kebijakan untuk mengurangi persentase pemotongan betina produktif berdampak langsung pada pendapatan/pemenuhan kebutuhan hidup peternak dimana larangan menjual sapi ke luar daerah dapat menyebabkan penjualan hanya terjadi antara peternak dengan pembeli lokal. Hal ini berpengaruh langsung pada pendapatan peternak, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, dimana kontribusi pendapatan dari usaha ternak sapi potong terhadap pendapatan keluarga adalah sebesar 69,3%, jika pembatasan-pembatasan penjualan ternak terus dilakukan, maka indek pemenuhan kebutuhan petani peternak dari usaha peternakan akan terus menurun.

Dengan adanya kebijakan NTB BSS tersebut tentu berpengaruh pada model pemasaran hasil ternak karena adanya pengaturan penjualan dan pemotongan ternak terutama ternak betina produktif. Walaupun kebijakan BSS bertujuan untuk meningkatkan populasi sapi di NTB, akan tetapi di sisi lain pembatasan penjualan dan pemotongan sangat mungkin dapat merugikan peternak terutama peternak yang tidak mendapat bantuan dari program BSS, maka pemerintah provinsi NTB perlu menentukan model pemasaran yang dapat mengeliminir potensi kerugian yang mungkin ditanggung peternak akibat program BSS, termasuk pemasaran ternak di Kecamatan Praya Timur.

Kecamatan Praya Timur merupakan daerah penghasil ternak yang cukup potensial karena memiliki lahan kurang produktif yang cukup sebagai tempat penggembalaan. Kemampuan para

peternak untuk mengelola ternak sebagai sebuah bisnis masih tergolong sederhana. Hal ini dapat dilihat dari perilaku para peternak yang bersifat monoton turun temurun sebagai pembudidaya ternak kemudian menjual ternak hidup pada sesama peternak, calo ternak, pedagang pengumpul, atau paling jauh sampai di pasar ternak di Praya Lombok Tengah.

Pasca program NTB Bumi Sejuta Sapi, peternak telah diarahkan untuk mengatur pola pemotongan dan penjualan ternak. Ternak sapi betina yang masih produktif tidak dapat diperjualbelikan dengan mudah apalagi ditujukan untuk konsumsi. Penjualan ternak betina produktif hanya ditujukan untuk pembibitan atau indukan bagi peternak lain di sekitar pulau Lombok, tidak diperkenankan pengiriman ke luar pulau Lombok. Berdasarkan kebijakan pemerintah tersebut, maka peternak dituntut untuk menentukan pola pemasaran ternaknya sehingga dapat mendukung terlaksananya program pemerintah dalam mewujudkan NTB sebagai salah satu wilayah penghasil ternak secara nasional.

Pasca NTB BSS, pemasaran ternak sapi di Kecamatan Praya Timur harus disesuaikan dengan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu dalam penelitian ini, permasalahan yang timbul adalah bagaimanakah model pemasaran ternak sapi di Kecamatan Praya Timur Pasca Program NTB BSS.

Kebijakan Bumi Sejuta Sapi merupakan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah NTB dalam upaya peningkatan populasi, produksi, dan produktivitas sapi di wilayah NTB. Untuk itu ditetapkan empat kebijakan pokok, yaitu (1) 3S (Satu induk - Satu anak - Satu tahun). Tujuan kebijakan ini untuk mengoptimalkan produktivitas induk sapi, sehingga meningkatkan jumlah kelahiran pedet; (2) Pengendalian pengeluaran sapi bibit betina: kebijakan ini berupa pembatasan pengeluaran sapi bibit betina; (3) Pengendalian pemotongan betina produktif: kebijakan ini berupa upaya pengurangan persentase pemotongan betina produktif terhadap jumlah pemotongan; (4) Pengendalian penyakit pedet: kebijakan ini berupa upaya pengurangan jumlah kematian pedet yang diakibatkan oleh parasit dengan memberikan obat cacing gratis untuk pedet umur 1 sampai 6 bulan. (*Blue Print NTB BSS*)

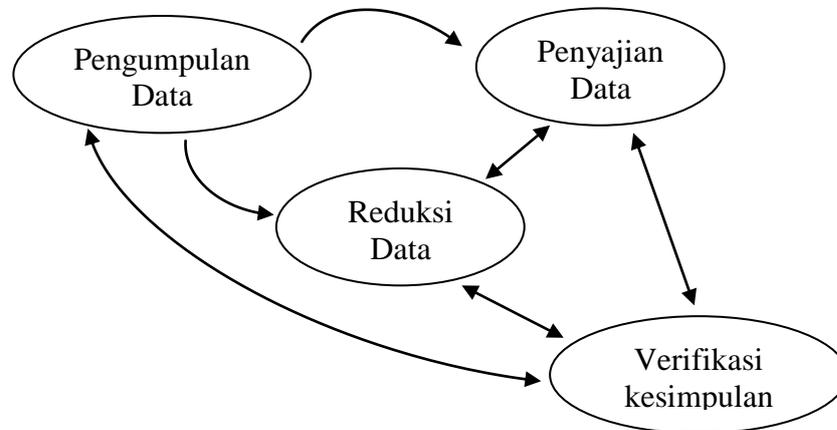
Sistem pemasaran merupakan satu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran dengan tugasnya melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk dari produsen awal ke tangan konsumen akhir. Begitu pula sebaliknya memperlancar aliran uang, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, baik dari tangan konsumen akhir ke tangan produsen awal dalam suatu sistem komoditas (Gumbira dan Harizt, 2001).

Model pemasaran menunjukkan hubungan di antara berbagai aktivitas dalam kegiatan pemasaran yang melibatkan pelaku dan sistem pemasaran. Pengembangan model pemasaran memiliki karakteristik sebagai berikut (Adhinugroho, 2002), pertama, secara khusus berkaitan dengan penentuan cara bagaimana perusahaan mampu unggul dalam persaingan, dengan memanfaatkan kekuatannya untuk memberi nilai lebih kepada pelanggannya dari waktu ke waktu. Kedua, merupakan suatu proses yang kompleks dimana biasanya melibatkan pengambilan keputusan yang kompleks pula oleh para manajer dan memerlukan analisis yang komprehensif tentang perubahan lingkungan maupun suatu perpaduan dari informasi yang bermanfaat. Ketiga, memerlukan banyak informasi strategik yang relevan dan juga pengetahuan yang luas. Keempat, melibatkan ketidakpastian dan kerancuan yang tinggi. Kelima, melibatkan pengalaman, intuisi dan dugaan dari para manajer.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deduktif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan metode Deskriptif Eksploratif. Adapun yang menjadi fokus pada penelitian kualitatif ini adalah menganalisis berbagai fenomena ditinjau dari aspek ekonomi berupa sistem pemasaran ternak pasca program NTB BSS.

Model analisis data yang digunakan adalah analisis model *Miles* dan *Huberman*, dimana data yang telah dikategorisasi, dan ditafsirkan selanjutnya dideskripsikan dalam suatu model. Untuk menyajikan data hasil penelitian agar lebih bermakna dan lebih mudah dipahami, maka digunakan *interactive model analysis* dari *Milles* dan *Huberman*.



Gambar 1. Model Analisis Milles dan Huberman

Sumber: Milles dan Huberman (2009)

Model ini menggambarkan adanya interaksi yang berulang dan terus menerus. Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan merupakan rangkaian kegiatan analisis. Kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan kegiatan yang saling susul menyusul selama proses penelitian.

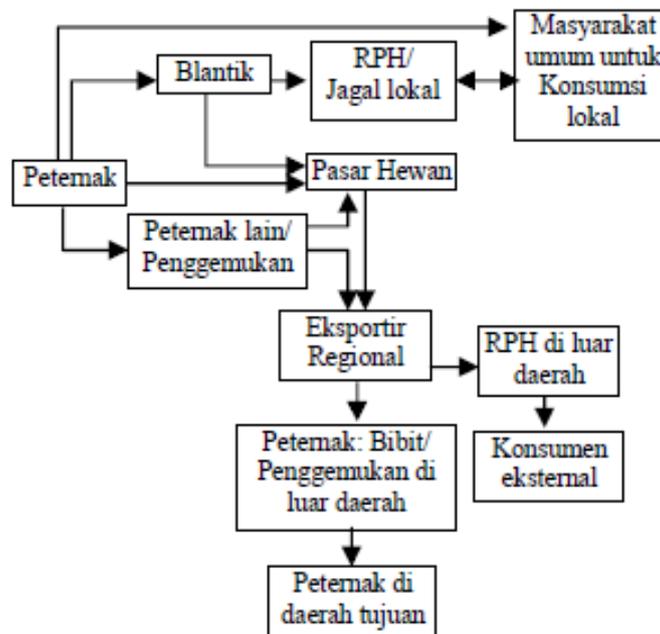
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen. Pasca program NTB BSS pemerintah mengupayakan untuk lebih memperluas pemasaran ternak bukan hanya menjual sapi hidup berupa bibit, akan tetapi mengupayakan penjualan produk berbahan daging sapi yang telah diolah menjadi berbagai makanan seperti kerupuk kulit, dendeng paru, kerupuk urat dan abon sapi. Pengolahan hasil ternak masih bergerak di sektor makanan, belum kepada sektor industri pakaian atau kimia.

Model pemasaran ternak sesudah program BSS lebih memperhatikan kriteria jenis, umur, jenis kelamin dan waktu penjualan ternak diatur oleh pemerintah. Melalui peraturan Gubernur NTB ditentukan tata laksana pemasaran ternak dengan tujuan agar petani peternak dapat dengan mudah memasarkan ternaknya, namun di sisi lain, diperlukan pengendalian penjualan dan pemotongan ternak agar populasi ternak terus bertambah sehingga NTB dapat menjadi sumber penyedia daging maupun bibit ternak sapi nasional. Kepala Dinas Peternakan Provinsi NTB menjelaskan bahwa, pola penjualan dan pemotongan ternak diatur meliputi beberapa hal sebagai berikut (wawancara, 12 Agustus 2014) : (1) Tempat penjualan; penjualan ternak dapat dilakukan secara bebas antar peternak, peternak dan masyarakat lokal, penjualan di pasar ternak di sekitar Pulau Lombok bagi peternak di Lombok atau di sekitar Pulau Sumbawa bagi peternak di pulau Sumbawa; (2) Penentuan harga oleh pemerintah; harga jual sapi ditentukan sesuai dengan gradenya yang diatur secara periodik sesuai dengan perkembangan harga di pasar. Dengan demikian potensi kerugian peternak akibat kemungkinan penurunan harga ternak dapat dihindari; (3) Pembelian oleh pemerintah; selama program BSS, pemerintah banyak melakukan pembelian terhadap ternak sapi milik peternak untuk disalurkan kepada kelompok peternak lainnya sebagai bantuan. Dengan banyaknya pembelian oleh pemerintah maka harga ternak sapi menjadi relatif stabil, sehingga penurunan penjualan ke luar daerah akibat pembatasan kuota penjualan dapat

diimbangi; (4) Waktu penjualan; bantuan ternak yang diberikan kepada kelompok peternak, tidak dibenarkan untuk dijual sebelum beranak minimal dua kali; (5) Regulasi pemotongan ternak; tidak mengizinkan pemotongan ternak bunting bantuan pemerintah. Bagi peternak yang tidak mendapat bantuan dan terpaksa memotong ternak yang bunting karena desakan ekonomi, maka pemerintah akan melakukan pembelian untuk diberikan kepada kelompok peternak lainnya untuk dipelihara; (6) Regulasi terhadap rumah potong hewan (RPH); RPH baik milik pemerintah maupun swasta dihimbau untuk menghindari pemotongan ternak bunting. Semua RPH harus memberikan laporan kepada Dinas Peternakan jika terdapat ternak bunting di RPH sehingga Dinas Peternakan dapat memberikan solusi berupa pembelian oleh pemerintah atau pemberian insentif kepada pemilik ternak untuk menghindari pemotongan ternak bunting.

Selama pelaksanaan program NTB BSS, jumlah pembelian ternak oleh pemerintah yang cukup banyak untuk dihibahkan kepada para kelompok peternak. Hal ini menjadi katalisator untuk menstabilkan harga ternak, dapat membawa dua dampak yaitu a) semakin banyaknya ternak di daerah NTB karena pembelian ternak disalurkan kepada peternak lainnya sehingga ternak tidak harus ke luar daerah; b) harga jual ternak lokal relatif stabil karena iklim pasar ternak menjadi semakin ramai oleh pembelian pemerintah, sehingga pendapatan petani ternak menjadi lebih stabil pula. Adapun model pemasaran ternak di NTB pasca Program NTB BSS dapat disajikan pada gambar berikut.



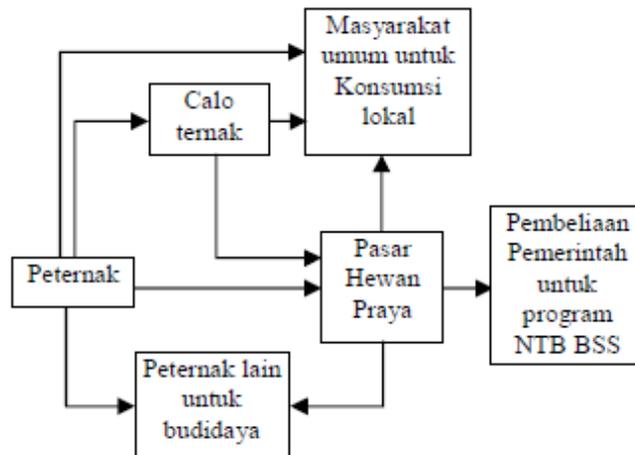
Gambar 2. Model Pemasaran Ternak Sapi di NTB setelah Program Bumi Sejuta Sapi

Sumber: Yusuf dan Nulik (dikembangkan oleh penulis untuk penelitian ini).

Dalam hal pengiriman ternak ke luar daerah, Program NTB BSS memberikan ijin dengan kebijakan selektif berupa: (1) Pengiriman ke RPH luar daerah dilakukan dengan kuota terbatas yaitu target terus dikurangi setiap tahun hingga hanya 5% di tahun 2018; (2) Untuk kebutuhan konsumsi daging luar daerah, ternak yang boleh dikirim ke luar daerah hanya ternak jantan (dengan mempertimbangkan kecukupan pejantan di daerah NTB), atau ternak betina yang sudah tidak produktif; (3) Pengeluaran ternak produktif atau ternak bakalan ke luar daerah sebagai bibit atau untuk penggemukan, dapat dilakukan atas permintaan khusus oleh pemerintah daerah tujuan.

Kecamatan Praya Timur merupakan daerah penghasil ternak yang cukup potensial karena memiliki lahan kurang produktif yang cukup sebagai tempat penggembalaan. Kemampuan para peternak untuk mengelola ternak sebagai sebuah bisnis masih tergolong sederhana. Hal ini dapat dilihat dari perilaku para peternak yang bersifat monoton turun temurun sebagai pembudidaya

ternak kemudian menjual ternak hidup pada sesama peternak, calo ternak, pedagang pengumpul, atau paling jauh sampai di pasar ternak di Praya Lombok Tengah. Demikian pula produk olahan berbahan daging sapi hingga saat ini belum ditemui.

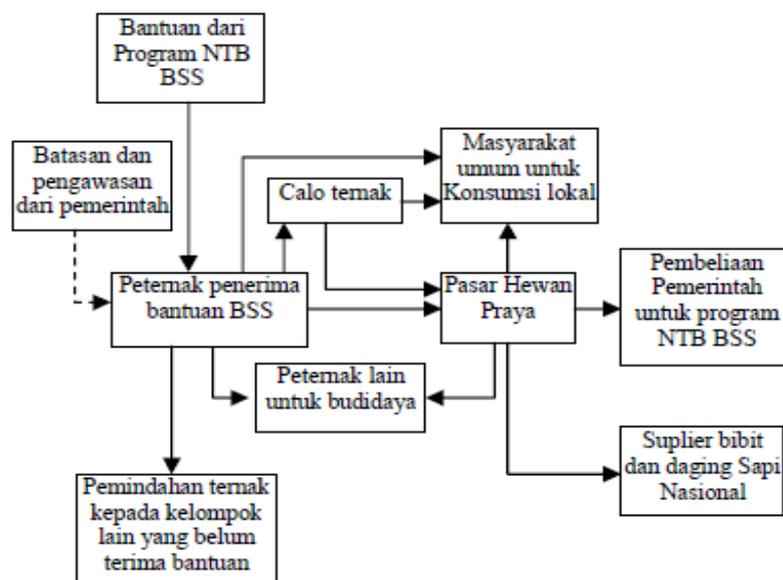


Gambar 3. Model Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Praya Timur

Sumber : Yusuf dan J. Nulik (dikembangkan oleh penulis untuk penelitian ini).

Peternak dalam memasarkan ternaknya dapat menysasar empat entitas yaitu calo ternak, masyarakat umum untuk konsumsi lokal, peternak lain untuk budidaya dan pasar hewan. Pasca program BSS terdapat satu entitas tambahan sebagai pembeli ternak, yaitu pemerintah dimana untuk memenuhi kebutuhan bibit sapi untuk diberikan kepada peternak potensial dan membantu peternak yang telah ada, pemerintah dapat membeli bibit sapi dari pasar ternak, dari peternak langsung dan dapat pula didatangkan dari daerah lain. Program NTB BSS ini ternyata membawa dampak positif bagi peternak dimana pemasaran ternak menjadi lebih semarak karena banyaknya pembelian oleh pemerintah.

Ternak bantuan pemerintah melalui program NTB BSS juga dapat dijual oleh peternak jika ternak bantuan tersebut telah beranak lebih dari dua kali. Namun demikian dalam pemasarannya diperlukan adanya pengawasan dari pemerintah sehingga tidak terjadi penjualan ternak sebelum waktu yang ditentukan. Adapun model pemsaran ternak pasca BSS di Kecamatan Praya Timur dapat digambarkan pada bagan berikut.



Gambar 4. Model Modifikasi Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Praya Timur Pasca NTB BSS

Bantuan ternak dari pemerintah melalui program NTB BSS dapat dikelola dan dimiliki oleh kelompok peternak penerima bantuan. Namun demikian diperlukan sebuah sistem kontrol dari pemerintah berupa: a) pengawasan kelompok peternak agar tidak terjadi penjualan ternak sebelum ternak bantuan berkembang biak minimal dua keturunan; b) Pembuatan regulasi disertai pengawasan agar dalam jangka waktu tertentu terjadi transfer ternak dari penerima bantuan yang sudah berkembang kepada kelompok baru yang belum menerima bantuan; c) sistem seleksi yang lebih akurat terhadap kelompok penerima untuk mengurangi resiko kehilangan ternak karena keamanan yang kurang terjamin; d) diperlukan pembentukan pengusaha lokal di Kecamatan Praya Timur yang memiliki skope usaha lebih luas untuk memenuhi kebutuhan daging nasional.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut, (1) Model pemasaran ternak pasca diluncurkannya program BSS, peternak dan atau pengepul ternak di Kecamatan Praya Timur tidak dapat melakukan penjualan ke luar daerah, namun demikian, penjualan dilakukan secara bebas masih bisa dilakukan hanya di tingkat lokal, (2) Peternak dalam memasarkan ternaknya dapat menyalur empat entitas yaitu calo ternak, masyarakat umum untuk konsumsi lokal, peternak lain untuk budidaya dan pasar hewan, (3) Pasca program BSS terdapat satu entitas tambahan sebagai pembeli ternak, yaitu pemerintah dimana untuk memenuhi kebutuhan bibit sapi untuk diberikan kepada peternak potensial dan membantu peternak yang telah ada, pemerintah dapat membeli bibit sapi dari pasar ternak, dari peternak langsung dan dapat pula didatangkan dari daerah lain, (4) Ternak bantuan pemerintah melalui program NTB BSS juga dapat dijual oleh peternak jika ternak bantuan tersebut telah beranak lebih dari dua kali. Namun demikian dalam pemasarannya diperlukan adanya pengawasan dari pemerintah sehingga tidak terjadi penjualan ternak sebelum waktu yang ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berita Resmi Statistik BPS Provinsi NTB, *Perkembangan Nilai Tukar Petani Provinsi Nusa Tenggara Barat Menurut Sub Sektor Bulan Oktober 2013*. No. 68/11/52/Th.VI, 1 Nopember 2013, Mataram 2013.
- BPS. 2005-2011. *NTB Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mataram, 2005
- BPS Kab. Lombok Tengah, 2013, *Kecamatan Praya Timur Dalam Angka*, 2013.
- Damayanti, 2008, *Sistem Usaha Ternak Sapi Potong Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus : Desa Cinta Rakyat, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)*
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2012, *Database Kelompok Tani Ternak NTB Tahun 2008 – 2012*, Mataram, 2012
- , *Road Map Pengembangan Industri Peternak NTB BSS 2012 – 2017*, Mataram, 2012
- , *Komoditas Unggulan Nusa Tenggara Barat: Sapi, Jagung, Rumput Laut (PIJAR)*, Mataram 2010
- Milles, MB & Hubberman, AM (2009), *Analisis Data Kualitatif*, Terjemahan oleh Tjetjep Rohidi dan Mulyarto, UI Percetakan, Jakarta.
- Moleong, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Pemda Provinsi NTB, 2009, *Blue Print NTB Bumi Sejuta Sapi*
- Yusuf dan J. Nulik, *Kelembagaan Pemasaran Ternak Sapi Potong di Timor Barat, Nusa Tenggara Timur*, Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Vol. 11, No.2, Juli 2008
- www.ntbterkini.com