



Penelitian

Analisis Pemasaran dan Pendapatan Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen

Analysis of Marketing and Income of Kebumen PO Cattle Traders Ready for Slaughter at the Argopeni Animal Market Kebumen District Kebumen Regency

Ismawatun* dan Nunur Nuraeni

Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian dan Peternakan,
Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ismawatun6@gmail.com

Artikel Info

Naskah Diterima
4 September 2024

Direvisi
28 September 2024

Disetujui
30 September 2024

Online
1 November 2024

Abstrak

Latar Belakang: Penelitian ini untuk mengetahui pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong dan alur pemasarannya di Pasar Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui presentase penjualan Sapi PO Kebumen siap potong yang menggunakan jasa blantik dan tanpa blantik di Pasar Hewan Argopeni Kabupaten Kebumen, mengetahui besarnya pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni Kabupaten Kebumen, dan untuk mengetahui pengaruh profil pedagang Sapi PO Kebumen siap potong sebagai variabel bebas yang terdiri dari umur, pengalaman dan pendidikan terhadap pendapatan sebagai variabel terikat. **Metode:** Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey menggunakan instrumen kuesioner dalam pengambilan data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sensus dimana sampel pedagang Sapi PO Kebumen siap potong sebanyak 10 orang. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. **Hasil:** Hasil analisis variansi menunjukkan bahwa variabel umur, pengalaman dan pendidikan berpengaruh nyata ($P > 0,05$) terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong. Saluran pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni yang menggunakan jasa blantik sebesar 92% dan yang tanpa blantik sebesar 8%. Pendapatan rata-rata pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni Kebumen adalah sebesar Rp.28.002.000,-/bulan. Berdasarkan nilai *Multiple R* 0,844 menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara umur, pengalaman dan pendidikan dengan pendapatan. **Kesimpulan:** Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa umur, pengalaman, dan pendidikan secara simultan terdapat korelasi terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni.

Kata Kunci: pedagang; pendapatan; sapi bibit; sapi PO Kebumen



Abstract

Background: This research is to determine the income of ready-to-slaughter PO Kebumen cattle traders and their marketing flow at the Argopeni Market, Kebumen District, Kebumen Regency. **Purpose:** This research aims to determine the percentage of sales of ready-to-slaughter PO Kebumen cattle using blantik and without blantik services at the Argopeni Animal Market, Kebumen Regency, to determine the income of ready-to-slaughter PO Kebumen cattle traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen Regency, and to determine the influence of the profile of PO cattle traders Kebumen ready to cut as an independent variable consisting of age, experience and education on income as the dependent variable. **Methods:** This research is descriptive research using a survey method using a questionnaire instrument for data collection. The sampling technique in this research used a census where the sample of PO Kebumen cattle traders ready for slaughter was 10 people. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis. **Results:** The results of the variance analysis show that the variables age, experience and education have a significant effect ($P > 0.05$) on the income of ready-to-slaughter PO Kebumen cattle traders. The marketing channel for ready-to-slaughter PO Kebumen cattle at the Argopeni Animal Market which uses blantik services is 92% and those without blantik are 8%. The average income of PO Kebumen cattle traders ready for slaughter at the Kebumen Argopeni Animal Market is IDR 28,002,000/month. Based on the Multiple R value of 0.844, it shows that there is a very strong correlation between age, experience and education and income. **Conclusion:** Based on the research results, it can be concluded that age, experience and education simultaneously have a correlation with the income of ready-to-slaughter PO Kebumen cattle traders at the Argopeni Animal Market.

Keywords: traders; income; breeding cow; PO Kebumen cattle

PENDAHULUAN

Prospek beternak sapi potong di Indonesia masih tetap terbuka lebar dalam waktu yang lama. Hal ini dikarenakan kebutuhan daging sapi dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan, ini memang berbarengan dengan peningkatan taraf ekonomi dan kesadaran akan gizi masyarakat (Mustofa *et al.*, 2015). Semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi (Astati *et al.*, 2016). Sapi Peranakan Ongole (PO) merupakan salah satu sapi lokal yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Khususnya di Jawa Tengah, sekitar 51,93% populasi sapi yang ada merupakan sapi PO Hartati *et al.*, (2009) dalam Hidayat *et al.*, (2023). Kriteria umum untuk sapi siap potong menurut Soeparno, (2015) umur sapi potong yang ideal dibagi menjadi dua kategori yaitu sapi muda 1,5 - 2,5 tahun dan sapi dewasa 3 - 4 tahun, karena pada umur tersebut pertumbuhan optimal dan kualitas daging masih baik dengan persentase karkas yang baik untuk sapi potong berkisar antara 50% dari bobot hidup, dan untuk *Body Condition Score* yang ideal untuk sapi siap potong adalah 3-4 pada skala 1-5, menunjukkan kondisi tubuh yang cukup berisi namun tidak terlalu gemuk. Menurut Yuliantika *et al.*, (2016) berat sapi ideal dipotong dengan kisaran berat badan 250-350 kg, tergantung pada jenis dan bangsa sapi.

Salah satu kantong ternak sapi PO adalah di Kabupaten Kebumen, yaitu sebesar 90% dari populasi sapi merupakan sapi PO (Subiharta *et al.*, 2012). Perhatian pemerintah sangat besar terhadap pengembangan sapi potong di Kabupaten Kebumen, hal ini diperkuat dengan ditetapkannya Kabupaten Kebumen sebagai wilayah sumber bibit Sapi PO berdasarkan SK Kementan No. 47/Kpts/SR.-120/I/2015 tertanggal 16 Januari 2015. Ukuran tubuh Sapi PO Kebumen jauh lebih tinggi dari Standar Nasional Indonesia (SNI) dan berpotensi sebagai plasma nutfah sapi lokal di Indonesia (Subiharta *et al.*, 2012). Ternak sapi merupakan salah satu

sumber pendapatan keluarga selain bertani bagi masyarakat kota Kebumen. Beternak sapi merupakan usaha sampingan sebagai tabungan, karena dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Menurut Soeparno, (2015), umur sapi siap potong yang ideal dibagi menjadi dua kategori yaitu sapi muda 1,5 - 2,5 tahun dan sapi dewasa 3 - 4 tahun, karena pada umur tersebut pertumbuhan optimal dan kualitas daging masih baik, bobot badan untuk sapi lokal 300-400 kg, sedangkan untuk sapi impor yaitu 400-500 kg, skor BCS (*Body Condition Score*) yaitu 3-4 (skala 1-5), dengan persentasi karkas minimal 50% dari bobot hidup.

Pedagang ternak sapi adalah orang yang membeli dan menjual sapi untuk dijual kembali atau dipotong (Sholeh, 2024). Menurut Lasaharu *et al.*, (2020) beberapa pedagang sapi diantaranya adalah blantik yaitu bertemu langsung dengan peternak melakukan transaksi secara tunai maupun kontrak untuk pembelian ternak sapi, kemudian pedagang pengumpul yaitu pedagang yang membeli ternak sapi dari blantik dengan harga yang relatif kecil. Pedagang ternak sapi dapat bekerja secara lokal di wilayah tertentu atau beroperasi di tingkat nasional. Usaha perdagangan sapi potong di Indonesia khususnya yang menyangkut saluran pemasaran sapi potong belum banyak diatur oleh pemerintah. Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar seperti blantik, pedagang pengumpul dan jagal (Azis & Husin, 2021).

Pedagang sapi melaksanakan jual beli ternak di pasar hewan. Salah satu pasar hewan yang ada di Kabupaten Kebumen adalah Pasar Hewan Argopeni. Pasar Hewan Argopeni Kebumen merupakan salah satu pasar hewan yang potensial untuk pedagang sapi karena terletak ditengah-tengah Kabupaten Kebumen, dekat dengan jalan raya dan lokasinya yang luas dibandingkan Pasar Hewan Gombong, di Pasar Hewan Argopeni Kebumen pedagang sapi saling bertemu baik pedagang lokal Kebumen dan pedagang luar kota yang datang untuk membeli atau menjual sapi.

Sistem pemasaran ternak khusus nya sapi potong sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen sampai ke tangan konsumen masih panjang, peran pedagang dan blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan menyebabkan harga yang diterima peternak menjadi kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar (Ningsih *et al.*, 2017). Analisis pemasaran dan pendapatan Sapi PO Kebumen siap potong ini penting dikaji sebagai upaya terinformasinya saluran dan distribusi pemasaran yang terjadi, seberapa besar pendapatan yang dihasilkan dalam sistem pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong yang terjadi ditingkat lembaga terkait. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran dan besarnya pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni.

MATERI DAN METODE

Materi

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan alasan karena Pasar Hewan Argopeni Kebumen merupakan Pasar Hewan paling besar di Kabupaten Kebumen. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus tahun 2024. Peralatan yang digunakan yaitu alat tulis untuk mencatat data dan mengisi kuisioner atau formulir penelitian, kuisioner penelitian, alat analisis data, seperangkat komputer untuk menginput data dan menganalisis data.

Metode Rancangan Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan cara survei. Objek dalam penelitian ini adalah pedagang Sapi PO Kebumen siap potong yang ada di Pasar Hewan Argopeni Kebumen. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu mengambil seluruh populasi pedagang Sapi PO Kebumen siap potong yang ada di Pasar Hewan Argopeni Kebumen sebanyak 10 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi dan wawancara pedagang Sapi PO Kebumen siap potong menggunakan pedoman kuisisioner.

Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan penyusunan kuesioner semi terstruktur yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif dari responden. Setelah kuesioner disusun, dilakukan wawancara langsung dengan para pedagang sapi menggunakan panduan kuesioner untuk mengumpulkan informasi mengenai identitas peternak, penjualan sapi, harga, biaya, dan saluran pemasaran. Data yang telah diperoleh kemudian diinput ke dalam sistem komputer atau database untuk disimpan dan dianalisis lebih lanjut menggunakan alat bantu Excel.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan diamati pada penelitian ini terdiri dari :

- a. Variabel terikat yaitu pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong.
- b. Variabel bebas yaitu : umur, pengalaman, dan pendidikan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong

Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh umur, pengalaman, dan pendidikan pedagang Sapi PO Kebumen terhadap pendapatan, data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu Excel. Model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y_1 = b_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Dimana :

Y1 = Pendapatan

B0 = Konstanta

X1 = Umur Pedagang Sapi (Tahun)

X2 = Pengalaman Pedagang Sapi (Tahun)

X3 = Pendidikan Pedagang Sapi (Tahun)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum Lokasi Penelitian

Pasar Hewan Argopeni merupakan salah satu pasar hewan terbesar di Kabupaten Kebumen. Terletak di Desa Argopeni, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, pasar ini menjadi pusat jual beli hewan ternak sapi, kambing dan domba bagi masyarakat Kabupeten Kebumen dan sekitarnya. Pasar Hewan Argopeni beroperasi setiap hari Rabu dan Minggu namun aktivitas perdagangan paling ramai terjadi pada hari Minggu. Transaksi di pasar ini tidak hanya mencakup jual beli ternak, tetapi juga menyediakan berbagai kebutuhan sarana dan prasarana peternakan seperti pakan ternak dan peralatan peternakan.

Keberadaan Pasar Hewan Argopeni tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi, tetapi juga memiliki nilai sosial dan budaya bagi masyarakat Kebumen. Pasar ini menjadi tempat bertemunya berbagai lapisan masyarakat, mulai dari Peternak kecil hingga pedagang besar, yang saling berinteraksi dan bertransaksi. Pedagang biasanya meminta jasa belantik untuk menjual ternaknya di pasar hewan Argopeni Kebumen sekaligus membelikan bibit sapi baru untuk dipelihara. Pasar Hewan Argopeni dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pasar Hewan Argopeni yang berada di bawah naungan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kebumen. Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kebumen bertugas mengelola redistribusi ternak yang masuk ke pasar sedangkan Dinas Perhubungan mengatur arus keluar masuk kendaraan dan retribusi parkir kendaraan. Pengelolaan yang terstruktur ini bertujuan untuk memastikan berjalannya aktivitas jual-beli hewan ternak dengan tertib dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Pasar Hewan Argopeni memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung aktivitas jual-beli ternak. Fasilitas tersebut meliputi area parkir yang luas, kandang temporer untuk hewan, dan kios-kios bagi para pedagang. Keamanan dan kebersihan pasar juga dijaga untuk memastikan ketertiban, untuk meningkatkan kualitas layanan, pengelola Pasar Hewan Argopeni secara rutin melakukan pemeliharaan dan perbaikan fasilitas. Hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi penjual dan pembeli serta menjaga kesehatan hewan yang diperdagangkan. Pasar ini juga berperan penting dalam mendukung program pemerintah terkait pengawasan kesehatan hewan dan pencegahan penyebaran penyakit menular, di Pasar Hewan Argopeni Kebumen, terdapat pos penimbangan ternak yang dikelola oleh Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kebumen. Layanan yang tersedia di pos ini meliputi penimbangan ternak, pemeriksaan kebuntingan, dan pemeriksaan kesehatan ternak, yang dilakukan oleh dokter hewan berwenang.

Keadaan Umum Responden

Dalam penelitian ini, responden yang dimaksud adalah pedagang Sapi PO Kebumen siap potong. Karakteristik responden dapat dilihat dari umur, jenis kelamin, pengalaman berdagang, dan pendidikan.

a. Umur Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, umur responden beragam yaitu rentang antara umur 28 sampai 63 tahun dengan jumlah responden yaitu 10 responden. Sedangkan untuk rata-rata umur responden yaitu 42,9 tahun. Menurut Febriana, (2008) dalam (Lasaharu *et al.*, 2020) bahwa umur produktif 16-65 tahun sedangkan yang belum produktif 0-15 tahun dan yang tidak produktif > 65 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya umur responden pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni Kebumen dalam rentang usia produktif.

b. Pengalaman Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong

Berdasarkan pengalaman pedagang Sapi PO Kebumen siap potong yakni 4-33 tahun dengan rata-rata 13,5 tahun. Menurut (Soeharjo & Patong, 2010) mengatakan bahwa umur dan pengalaman beternak akan mempengaruhi kemampuan berusaha, peternak mempunyai pengalaman yang lebih banyak akan lebih berhati-hati dalam bertindak karena adanya pengalaman pahit yang pernah dialami. Lama usaha penjualan menunjukkan lamanya responden menggeluti usaha penjualan atau pemasaran ternak Sapi PO Kebumen siap potong. Adapun karakteristik responden

berdasarkan pengalaman penjualan ternak Sapi PO Kebumen siap potong. Dapat dilihat pada Tabel 1. sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Pengalaman Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong.

No	Pengalaman Pedagang (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	4-11	7	70
2	12-20	1	10
3	>20	2	20
Total		10	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1, yang menggambarkan karakteristik pengalaman pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni, mayoritas pedagang memiliki pengalaman antara 4 hingga 10 tahun, dengan jumlah 7 orang atau 70% dari total responden, ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang berada dalam rentang pengalaman menengah, yang kemungkinan telah memberikan mereka cukup waktu untuk mengembangkan keterampilan dan jaringan bisnis yang kuat di pasar. Terdapat pula 1 pedagang (10%) yang memiliki pengalaman antara 12 hingga 20 tahun, menunjukkan bahwa hanya sedikit pedagang yang berada dalam kategori ini. Sementara itu, ada 2 pedagang (20%) yang memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun, menunjukkan bahwa meskipun jumlah mereka tidak dominan, mereka memiliki pengalaman yang sangat panjang dan kemungkinan besar memiliki pengetahuan mendalam dan keterampilan yang sangat baik dalam perdagangan Sapi PO Kebumen siap potong. Secara keseluruhan, data dalam tabel ini mencerminkan keragaman tingkat pengalaman di antara pedagang Sapi PO Kebumen siap potong, dengan mayoritas berada dalam fase pengembangan keterampilan yang matang. Handoko (2000) dalam (Sahriani, 2020) menyatakan bahwa pengalaman menjalankan usaha merupakan suatu faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menjalankan usahanya.

c. Pendidikan Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong

Kemampuan seseorang dalam melakukan suatu usaha termasuk usaha peternakan sangat dipengaruhi oleh kemampuan intelektual. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi cenderung memiliki kemampuan dalam menerima dan menolak suatu inovasi.

Tabel 2. Karakteristik Pendidikan Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong

No	Pendidikan Pedagang	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0
2	SMP/Sederajat	1	10
3	SMA/Sederajat	8	80
4	Pendidikan Tinggi/D3	1	10
Total		10	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2, menggambarkan karakteristik responden berdasarkan kelompok pendidikan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni mayoritas adalah lulusan SMA atau sederajat, dengan jumlah 8 orang atau sekitar 80% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

pedagang Sapi PO Kebumen siap potong memiliki tingkat pendidikan menengah. Pedagang dengan pendidikan SMP atau sederajat berjumlah 1 orang, yang setara dengan 10% dari total responden. Kelompok pedagang dengan pendidikan perguruan tinggi (D3) hanya berjumlah 1 orang atau 10% dari total responden. Sementara itu, pedagang dengan pendidikan SD atau sederajat 0%.

Data ini mencerminkan bahwa pedagang Sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni sebagian besar memiliki tingkat pendidikan menengah, khususnya pendidikan SMA. Persentase yang paling rendah untuk tingkat pendidikan SD/Sederajat. Perbedaan dalam tingkat pendidikan ini dapat berpengaruh terhadap pendekatan dan strategi pedagang dalam menjalankan bisnis mereka, termasuk kemampuan mereka dalam mengakses informasi dan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas usaha perdagangan sapi. Variabel pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong karena pendidikan mempengaruhi pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha. Pedagang yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami aspek teknis dan manajerial dalam bisnis perdagangan sapi, seperti pemilihan sapi yang berkualitas, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan. Pendidikan juga memungkinkan pedagang untuk mengakses informasi tentang harga pasar, tren permintaan, dan praktik terbaik dalam pemeliharaan ternak. Menurut (Misriani, 2011) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berkorelasi positif dengan pendapatan peternak.

Pemasaran Sapi PO Kebumen Siap Potong

Saluran pemasaran adalah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir, dan yang menyelenggarakannya berupa lembaga atau badan yang bertugas melaksanakan fungsi pemasaran itu sendiri atau memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin, sedangkan pihak konsumen akan memberikan imbalan berupa margin kepada lembaga pemasaran tersebut (Leo, 2015). Pedagang di pasar ini bertindak sebagai lembaga pemasaran yang menyelenggarakan fungsi distribusi dengan efisien, memastikan bahwa Sapi PO Kebumen siap potong yang berkualitas dari peternak lokal dapat sampai ke konsumen. Mereka menjalankan berbagai fungsi pemasaran, termasuk penilaian kualitas, penetapan harga, serta negosiasi transaksi, yang semuanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen semaksimal mungkin. Sebagai imbalan atas peran penting mereka dalam saluran pemasaran ini, pedagang menerima margin dari hasil penjualan, yang mencerminkan nilai tambah yang mereka berikan dalam rantai pasokan.

Proses distribusi dimulai dengan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong yang merupakan penghubung pertama antara peternak lokal dan pasar. Mereka membeli sapi langsung dari peternak, yang memungkinkan mereka untuk mengelola stok, menetapkan harga awal, dan melakukan seleksi kualitas. Selanjutnya, Sapi PO Kebumen siap potong dikumpulkan oleh pedagang kemudian diteruskan kepada blantik. Blantik, yang berfungsi sebagai perantara yang biasa diminta jasanya oleh pedagang untuk menjual ternaknya. Proses ini melibatkan fungsi aliran dua arah, di mana blantik tidak hanya sebagai jasa penjual sapi tetapi juga terlibat dalam penilaian kualitas sapi sebagaimana dijelaskan oleh (Paly, 2015) yang menyatakan bahwa penilaian kualitas oleh blantik sangat penting karena menentukan harga jual sapi dan proses keberhasilan transaksi penjualan sapi ke konsumen.

Pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong masih banyak dilakukan ke blantik. Alur pemasarannya cukup kompleks. Alur pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong yaitu sebagai berikut :

1. Peternak → pedagang → blantik → jagal
2. Peternak → pedagang → jagal

Sapi PO Kebumen siap potong yang telah dibeli oleh pedagang dan blantik didistribusikan lagi di daerah Kabupaten Kebumen dan luar Kabupaten Kebumen. Daerah Kabupaten Kebumen yang menjadi pasar penjualan sapi siap potong atau ternak dewasa adalah ke daerah, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Banyumas, dan Kota Cilacap, dan Kabupaten Purworejo. Motivasi pedagang menjual sapi siap potongnya ke blantik yaitu proses penjualannya mudah karena peran blantik sebagai perantara atau makelar yang membantu memfasilitasi transaksi antara peternak dan pedagang atau antara pedagang dengan pembeli lainnya. Blantik biasanya memiliki jaringan luas dan pengetahuan yang mendalam tentang pasar, kemudian selain proses penjualannya juga pembayarannya mudah dan cepat. Hasil penelitian mengenai presentase penjualan Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Kebumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Presentase Penjualan Sapi PO Kebumen Siap Potong

Keterangan	Konsumen	Rataan (%)
Melalui Belantik (92%)	Jagal dalam daerah	62
	Jagal luar daerah	30
Tanpa Belantik (8%)	Jagal dalam daerah	6
	Jagal luar daerah	2

Berdasarkan Tabel 3, menggambarkan persentase penjualan Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni menunjukkan bahwa peran blantik sangat memengaruhi jumlah pembeli. Saluran pemasaran yang menggunakan jasa blantik mencapai 92%, sedangkan yang tanpa blantik hanya 8%. Saluran pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong paling dominan adalah melalui jasa blantik, di mana pedagang menjual ternaknya ke jagal dalam daerah sebanyak 62%, sementara yang tanpa menggunakan blantik hanya 6%. Selain itu, pedagang Sapi PO Kebumen yang menjual kepada jagal luar daerah juga lebih banyak menggunakan jasa blantik, mencapai 30%, sedangkan tanpa jasa blantik hanya 2%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang Sapi PO Kebumen siap potong menjual ternaknya dengan menggunakan jasa blantik saat bertransaksi di Pasar Hewan. Selain merasa terbantu oleh jasa blantik, hal ini juga disebabkan oleh kebiasaan transaksi jual beli ternak di Pasar Hewan Argopeni, Kabupaten Kebumen.

Biaya dan Penerimaan

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Mulyadi, (2012) dalam usaha jual beli sapi di tingkat pedagang, biaya terdiri dari : biaya pemeliharaan (pakan, penyusutan kandang, tenaga kerja, air, listrik), biaya transportasi dan biaya jasa penjualan ternak. Total biaya dihitung dengan

menjumlahkan seluruh komponen biaya tersebut. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang Sapi PO Kebumen siap potong Rp.333.000,-/ekor/hari. Biaya yang dikeluarkan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong diantaranya biaya transportasi, biaya perawatan ternak khususnya biaya pakan, biaya retribusi ternak masuk ke pasar hewan, biaya parkir kendaraan, dan jasa blantik. Penerimaan yang diterima oleh pedagang Sapi PO Kebumen siap potong yaitu dari hasil penjualan sapi saja, untuk harga sapi siap potong yang dijual dipengaruhi oleh berat badan sapi. Harga beli dan harga jual Sapi PO Kebumen. Dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Harga Beli dan Harga Jual Sapi PO Kebumen Siap Potong

No	Sapi PO Kebumen siap potong	Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)		Rataan	Rataan
		Terendah	Tertinggi	Terendah	Tertinggi	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)
1	Jantan	18.000.000	18.400.000	19.600.000	20.000.000	18.200.000	19.800.000
2	Betina	13.500.000	13.800.000	14.700.000	15.000.000	13.650.000	14.850.000

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Rataan harga beli sapi jantan siap potong Rp.18.200.000,- dan rata-rata harga beli sapi betina siap potong Rp.13.650.000,-. Rataan harga jual sapi jantan siap potong Rp.19.800.000,- dan rata-rata harga jual sapi betina siap potong Rp.14.850.000,- sehingga selisih antara harga jual dan harga beli sapi jantan siap potong Rp.1.600.000,- dan betina siap potong Rp.1.200.000,-

Pendapatan Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dan biaya. Menurut Rasyaf, (2010) untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan yang lebih baik, peternak memiliki dua cara. Pertama, melakukan efisiensi dari segi teknis, yaitu dengan meningkatkan produksi daging per ekor dan mengoptimalkan segala skala usaha. Kedua, melakukan efisiensi dari segi non-teknis dengan memperkecil biaya produksi atau menekan biaya seminimal mungkin.

Pendapatan merupakan tujuan yang ingin diperoleh dalam suatu usaha. Pendapatan yang tinggi dapat diperoleh apabila jumlah penerimaan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Menurut (Tinaprilla & Fadly, 2022) pendapatan adalah hasil dari penerimaan total dikurangi biaya total. Rata-rata pendapatan yang diperoleh pedagang Sapi PO Kebumen siap potong adalah sebesar Rp.28.002.000,-/bulan, dengan pendapatan paling tinggi Rp.41.160.000,-/bulan dan pendapatan paling rendah Rp.15.360.000,-/bulan. Pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen tergantung pada jumlah ternak dan berat badan sapi yang di jual. Semakin banyak jumlah sapi dan semakin berat sapi yang dijual, harganya cenderung lebih tinggi, maka semakin besar pendapatan yang bisa diperoleh. Hal ini didukung oleh penelitian Hidayat *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa berat dan jumlah sapi yang dijual berpengaruh langsung terhadap pendapatan. Dengan demikian, baik jumlah penjualan maupun berat badan sapi siap potong yang dijual memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong.

Pengaruh Umur, Pengalaman, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Pedagang Sapi PO Kebumen Siap Potong

Untuk mengetahui pengaruh umur, pengalaman, dan pendidikan terhadap

pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di lakukan dengan analisis linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda untuk pendapatan pedagang pedet Sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = -18044778,42 + 14696,98981 X_1 + 743868,8221 X_2 + 2947837,371 X_3$$

Berdasarkan nilai *Multiple R* 0,844 menunjukkan bahwa korelasi yang sangat kuat antara umur, pengalaman dan pendidikan dengan pendapatan. Berdasarkan nilai *R Square* 0,712 menunjukkan bahwa pengaruh umur, pengalaman, dan pendidikan secara bersama-sama terhadap pendapatan sebesar 71,2%. Hasil analisis variansi diperoleh nilai *Significance F* sebesar 0,045864282 angka *Significance F* lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel umur, pengalaman dan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong.

Nilai koefisien *P value* dapat diketahui apakah masing-masing variabel bebas, yaitu umur, pengalaman dan pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong. Berdasarkan variabel umur mempunyai nilai *P value* sebesar 0,959726906 lebih besar dari 0,05 yang berarti umur tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan. *P value* yang tinggi menunjukkan bahwa perubahan umur tidak secara konsisten berhubungan dengan perubahan pendapatan. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, umur bukanlah faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan, yang kemungkinan dipengaruhi oleh keterampilan digital, adaptabilitas, dan kemampuan untuk memanfaatkan platform teknologi. Berdasarkan variabel pengalaman nilai *P value* sebesar 0,069857267 lebih besar 0,05 yang berarti pengalaman tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan, dan pada variabel pendidikan nilai *P value* sebesar 0,097719242 lebih besar 0,05 yang berarti pendidikan juga tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

Secara keseluruhan *P-value* yang lebih besar dari 0,05 untuk variabel pengalaman dan pendidikan menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada bukti statistik yang cukup untuk menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Kemungkinan di pengaruhi oleh keterampilan digital, adaptabilitas, dan kemampuan untuk memanfaatkan platform teknologi. Teknik pemasaran yang efektif dengan penggunaan teknologi informasi yang dapat menarik lebih banyak pembeli serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui aplikasi jual beli online atau media sosial sehingga meningkatkan penjualan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong. Pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong juga dipengaruhi oleh jumlah dan kualitas sapi yang di jual. Hal ini menunjukkan perlunya memperbarui model analisis dengan mempertimbangkan faktor-faktor baru yang relevan di era digital.

Penggunaan teknologi informasi dapat secara signifikan mempengaruhi pendapatan dan pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni, Kebumen. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pedagang dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui aplikasi jual beli online atau media sosial, memungkinkan mereka untuk menemukan pembeli potensial dari luar daerah dengan lebih mudah. Komunikasi juga menjadi lebih efisien karena pedagang dan pembeli dapat berinteraksi secara cepat melalui platform seperti WhatsApp atau Facebook, tanpa harus bertemu langsung di pasar. Selain itu, teknologi informasi memungkinkan

transparansi harga, di mana pembeli dan penjual dapat membandingkan harga dengan lebih mudah dan memastikan transaksi yang adil. Teknologi ini juga memfasilitasi pemasaran yang lebih efektif melalui penggunaan foto dan video yang menarik, serta menyediakan opsi penjualan online yang dapat meningkatkan volume transaksi. Di sisi lain, penggunaan teknologi untuk manajemen inventaris dan catatan keuangan membantu pedagang dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Dengan demikian, adopsi teknologi informasi di pasar hewan dapat memberikan banyak manfaat bagi pedagang, terutama dalam hal pemasaran dan operasional

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni yang menggunakan jasa blantik sebesar 92% dan yang tanpa blantik sebesar 8%. Pendapatan rata-rata pedagang Sapi PO Kebumen siap potong di Pasar Hewan Argopeni Kebumen adalah sebesar Rp.28.002.000,-/bulan. Umur, pengalaman dan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang Sapi PO Kebumen siap potong.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar hingga akhir.

KONTRIBUSI PENULIS

Membuat konsep dan desain penelitian : I, NN. Mengumpulkan data: I, NN. Melakukan Analisis dan Interpretasi data: I, NN. Menyusun naskah: I, NN. Melakukan Revisi: I, NN.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dengan pihak-pihak terkait dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Astati, A., Suarda, & Fatmah, S. I. (2016). Strategi Pemasaran Sapi Potong (Studi Kasus PT. Berdikari United Livestock Kabupaten Sidrap). *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan*, 3(1), 36–63.
- Azis, Y., & Husin, I. (2021). Efisiensi Pemasaran Sapi Potong di Kecamatan Takisung Kabupaten Tanah Laut Provinsi Kalimantan Selatan. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.33474/jase.v2i1.13036>
- Hidayat, N., Haryoko, I., Yuwono, P., & Hidayat, N. (2023). Analisis Tren Populasi dan Pengembangan Sapi PO di Kabupaten Kebumen. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Agribisnis Peternakan*, 298–302.
- Hidayat, N. N., Haryoko, I., & Yuwono, P. (2024). *Analisis Kinerja Ekonomi Usaha Ternak Sapi Potong PO Kebumen*. 17–18.
- Lasaharu, N., Laya, K. N., & Boekoesoe, Y. (2020). Analisis Pemasaran Sapi Potong. *Journal of Animal Science*, 2(2), 62–75. <https://doi.org/10.35900/jjas.v2i2.5092>
- Leo, B. (2015). *Analisa Keuntungan Lembaga Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto*. Universitas Hasanuddin Makasar.
- Misriani, V. (2011). *Hubungan Karakteristik Peternak dan Jumlah Ternak Yang Dipelihara*

- Dengan Pendapatan pada Pembibitan Sapi Potong Rakyat di Kecamatan Bayang Kabupaten Pesisir Selatan. Universitas Andalas.*
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya Edisi Lima*. Universitas Gadjah Mada.
- Mustofa, A, N., W, A., Dyah, & Alif, M. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Kedungkumpul Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan*. Fakultas Peternakan Universitas Islam Lamongan.
- Ningsih, U. W., Hartono, B., & Nugroho, E. (2017). Analisis Pemasaran Sapi Potong Melalui Analisis Marjin, Transmisi Harga, Struktur Pemasaran, Perilaku Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 27(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.jiip.2017.027.01.01>
- Paly, B. (2015). *Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.
- Rasyaf. (2010). *Manajemen Peternakan Ayam Kampung*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sahriani. (2020). *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Sapi Potong di Kecamatan Bulukumba Kabupaten Bulukumba*. UIN Alauddin Makassar.
- Sholeh, M. (2024). *Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin*. Universitas Jambi.
- Soeharjo, A., & Patong, S. (2010). Potensi Agribisnis Usaha Ternak Sapi Potong di Kota Kendari. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan Tropis*, 1(1), 88–98.
- Soeparno. (2015). *Ilmu dan Teknologi Daging* (2nd ed.). Gadjah Mada University press. Yogyakarta.
- Subiharta, Utomo, B., & Sudrajad, P. (2012). Potensi Peranakan Ongole (PO) Kebumen Sebagai Sumber Bibit Sapi Lokal di Indonesia Berdasarkan Ukuran Tubuhnya (Studi Pendahuluan). *Pengembangan Agribisnis Peternakan Menuju Swasembada Protein Hewani*, 1–10.
- Tinaprilla, N., & Fadly, M. A. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Ternak Sapi Potong Communal dan Non Communal di Desa Aek Ledong Kabupaten Asahan Sumatera Utara. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*, 9(3), 149–160. <https://doi.org/10.29244/jkebijakan.v9i3.33888>
- Yuliantika, I. M. Y., Adnyana, I. B. W., & Sukada, I. M. (2016). Profil Umur, Jenis Kelamin, Berat Badan dan Jejas Eksternal pada Kulit Sapi Bali yang Disembelih di Rumah Potong Hewan Kota Denpasar Periode Mei-Juni 2015. *Indonesia Medicus Veterinus*, 5(4), 376–387. https://pkbs.unud.ac.id/img/admin/post_attc/9f3197886c004f5b7e67f9e3adee290a.pdf