



Penelitian

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

Analysis of Marketing and Income of Kebumen PO Cattle Breed Traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen District, Kebumen Regency

Miftakhu Rohman^{*}, Nunur Nuraeni

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

*Penulis Korespondensi: miftakhurohmanaljaw@gmail.com

Artikel Info

Naskah Diterima
13 Juli 2024

Direvisi
3 Oktober 2024

Disetujui
5 Oktober 2024

Online
1 November 2024

Abstrak

Latar Belakang: Penelitian ini untuk mengetahui pendapatan pedagang pedet sapi PO Kebumen dan alur pemasarannya di Pasar Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli - Agustus 2024 di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui presentase penjualan bibit sapi PO Kebumen yang menggunakan jasa blantik dan tanpa blantik di Pasar Hewan Argopeni Kabupaten Kebumen, mengetahui besarnya pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kabupaten Kebumen, dan untuk mengetahui pengaruh profil pedagang bibit sapi PO Kebumen 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 bibit sapi PO Kebumen sebanyak 20 orang. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi regresi liner berganda untuk pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut: $Y = 69563504,49 + -823614,803X_1 + 513154,4409 X_2 + -1925899,81 X_3$. Berdasarkan nilai *Multiple R* 0,419 bahwa korelasi yang sangat kuat antara umur, pengalaman dan pendidikan dengan pendapatan. Hasil analisis variansi menunjukkan bahwa variabel umur, pengalaman dan pendidikan berpengaruh nyata ($P > 0,05$) terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen. Saluran pemasaran bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni yang menggunakan jasa blantik sebesar 77,25% dan yang tanpa blantik sebesar 22,75%. Pendapatan rata-rata pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kebumen adalah sebesar Rp. 21.423.500,-/bulan. **Kesimpulan:** Berdasarkan nilai *Multiple R* 0,419 menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antara umur, pengalaman dan pendidikan dengan pendapatan.

Kata kunci: bibit sapi PO Kebumen; penjualan, pendapatan

Abstract

Background: This study aims to determine the income of PO Kebumen cattle calf traders and their marketing flow at Argopeni Market, Kebumen District, Kebumen Regency. This study was conducted in July - August 2024 at the Argopeni Animal Market, Kebumen District, Kebumen Regency.

doi [10.22437/jiip.v27i2.37195](https://doi.org/10.22437/jiip.v27i2.37195)

229



Objectives: This study aims to determine the percentage of PO Kebumen cattle seed sales using blantik services and without blantik at the Argopeni Animal Market, Kebumen Regency, to determine the amount of income of PO Kebumen cattle seed traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen Regency, and to determine the effect of the profile of PO Kebumen cattle seed traders as independent variables consisting of age, experience and education on income as dependent variables. **Methods:** This study is a descriptive study using a survey method using a questionnaire instrument in data collection. The sampling technique in this study used a census where the sample of PO Kebumen cattle seed traders was 20 people. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis. **Results:** The results of the study showed the correlation coefficient of multiple linear regression for the income of PO Kebumen cattle seed traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen District, obtained the following regression line equation: $Y = 69563504.49 + -823614.803X_1 + 513154.4409 X_2 + -1925899.81 X_3$. Based on the Multiple R value of 0.419, there is a very strong correlation between age, experience and education with income. The results of the analysis of variance showed that the variables of age, experience and education had a significant effect ($P > 0.05$) on the income of PO Kebumen cattle seed traders. The marketing channel for PO Kebumen cattle seeds at the Argopeni Animal Market that uses blantik services is 77.25% and those without blantik are 22.75%. The average income of PO Kebumen cattle seed traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen is Rp. 21,423,500,-/month. **Conclusion:** Based on the Multiple R value of 0.419, it shows that there is no correlation between age, experience and education and income.

Keywords: PO Kebumen Cattle Seeds; Traders; Income

PENDAHULUAN

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu sentra peternakan sapi potong lokal, khususnya sapi dari bangsa Peranakan Ongole (PO) dan telah memiliki galur tersendiri yaitu Sapi PO Kebumen. 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. Populasi sapi PO di Kabupaten Kebumen mengalami penurunan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015. Namun, dalam pengembangan dan pelestariannya masih mengalami berbagai kendala diantaranya bibit dijual keluar wilayah Kebumen tanpa terkendali sehingga bibit unggul Sapi PO Kebumen sulit ditemukan. Berdasarkan permasalahan tersebut pemerintah mempunyai kewajiban untuk menyelamatkan Sapi PO Kebumen yang merupakan salah satu ikon Kabupaten Kebumen (Nuraeni *et al.*, 2016).

Kegiatan pembibitan di Kabupaten Kebumen sudah dimulai dari tahun 2011. Hasil dari kegiatan pembibitan, sapi-sapi PO Kebumen mendapatkan Surat Keterangan Layak Bibit (SKLB) dan LS-Pro. Pada tahun 2017 ternak yang ber SKLB adalah 401 ekor dan yang ber LS-Pro 53 ekor. Berdasarkan hasil analisis situasi peternak rakyat sapi PO Kebumen dan berdasarkan informasi hasil FGD (*focus group dicussion*), pihak-pihak yang terlibat FGD menyampaikan bahwa sapi PO Kebumen bibit yang unggul di Kabupaten Kebumen mulai sukar ditemukan, sedangkan peternak memerlukan bibit yang unggul. Usaha penggemukan Sapi PO Kebumen akan menunjang usaha pembibitan. Sapi keturunan hasil pembibitan yang tidak unggul dibawah SNI dapat dijadikan bakalan ternak penggemukan. Bakalan yang masih impor memungkinkan usaha pembibitan dan penggemukan Sapi PO Kebumen dijalankan (Nuraeni *et al.*, 2016).

Kualitas induk sapi PO dapat diketahui dengan cara dilakukan pengukuran tubuh induk yang meliputi lingkaran dada, tinggi pundak, panjang badan, dan bobot badan. Bobot badan diukur berdasarkan estimasi dari lingkaran dada. Dasar yang dipakai untuk penilaian kualitas induk berdasarkan pada SNI 7356:2008 yang dikeluarkan oleh Badan Standardisasi Nasional Peraturan Menteri Pertanian Nomor

54/Permentan/OT.140/10/2006 tentang Pedoman Pembibitan Sapi Potong yang Baik (*Good Breeding Practice*). Data tersebut dipakai sebagai data dasar untuk mengetahui kualitas induk sapi PO Kebumen. Berdasarkan SNI, dibedakan berdasarkan umur induk, yaitu umur induk/dara kurang dari 2 tahun dan induk yang telah beranak (umur diatas 2 tahun). Dari parameter yang diambil, meliputi lingkaran dada, tinggi pundak, panjang badan dan bobot badan, rata-rata di atas SNI ukuran tubuh sapi PO kelas 1.

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 bibit sapi 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 Gombang. Di Pasar Hewan Argopeni Kebumen pedagang sapi saling bertemu baik pedagang lokal Kebumen dan pedagang luar kota yang datang untuk membeli atau menjual sapi. Analisis pemasaran dan pendapatan bibit sapi PO Kebumen ini penting dikaji sebagai upaya terinformasinya saluran dan distribusi pemasaran yang terjadi, seberapa besar pendapatan yang dihasilkan dalam sistem pemasaran bibit sapi PO Kebumen yang terjadi ditingkat lembaga terkait. Kebaruan dari penelitian yang dilaksanakan yaitu sebelumnya sudah banyak peneliti yang meneliti studi kasus tersebut namun belum ada yang di Pasar Hewan Argopeni Kebumen. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran dan besarnya pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen 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 kuisisioner atau formulir penelitian, kuisisioner 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 bibit sapi PO Kebumen yang ada di Pasar Hewan Argopeni Kebumen. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu mengambil

seluruh populasi pedagang bibit sapi PO Kebumen yang ada di Pasar Hewan Argopeni Kebumen sebanyak 20 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi dan wawancara pedagang bibit sapi PO Kebumen menggunakan pedoman kuesioner.

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 dependent, yaitu pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen.
- b. Variabel independent, yaitu : umur, pengalaman, dan pendidikan pedagang bibit sapi PO Kebumen.

Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh profil pedagang bibit sapi PO Kebumen sebagai variabel bebas yang terdiri dari umur, pengalaman dan pendidikan terhadap pendapatan sebagai variabel terikat. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu Excel. Model persamaan adalah sebagai berikut :

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

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 Kabupaten Kebumen dan sekitarnya. Pasar Hewan Argopeni beroperasi setiap hari Rabu dan Minggu namun aktivitas perdagangan paling ramai terjadi pada hari Minggu. Selain transaksi jual beli ternak, pasar ini 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 menjualkan 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.

Fasilitas yang tersedia di Pasar Hewan Argopeni cukup memadai untuk mendukung aktivitas jual-beli ternak. Terdapat area parkir yang luas, kandang-kandang temporer untuk hewan, serta kios-kios untuk para pedagang. Selain itu, keamanan untuk menjaga kebersihan dan ketertiban. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan, pengelola Pasar Hewan Argopeni secara berkala melakukan pemeliharaan dan perbaikan fasilitas. Hal ini dilakukan untuk memastikan kenyamanan bagi para pengguna pasar, baik penjual maupun pembeli, serta menjaga kesehatan hewan yang diperdagangkan. Pasar Hewan Argopeni juga berperan penting dalam mendukung program pemerintah dalam hal pengawasan kesehatan hewan dan pencegahan penyebaran penyakit hewan menular. Di pasar ini, terdapat pos penimbangan ternak yang di kelola Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kebumen, pelayanan yang diberikan selain penimbangan ternak yaitu pemeriksaan kebuntingan, dan kesehatan ternak yang dilakukan oleh dokter hewan berwenang.

Keadaan Umum Responden

Dalam penelitian ini, responden yang dimaksud adalah pedagang bibit sapi PO Kebumen. Karakteristik responden dapat dilihat dari umur, pengalaman berdagang, dan pendidikan.

a. Umur Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, umur reponden beragam yaitu rentang antara umur 28 sampai 60 tahun dengan jumlah responden yaitu 20 responden. Sedangkan, untuk rata-rata umur responden yaitu 42,9 tahun. Menurut Febriana (2008), dalam (Lasaharu *et al.*, 2020), umur produktif berkisar antara 16-65 tahun, sedangkan yang belum produktif 0-15 tahun, dan yang tidak produktif > 65 tahun. Jadi, dapat disimpulkan bahwasanya umur responden pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kebumen dalam rentang usia produktif.

b. Pengalaman Pedagang Bibit Sapi PO Kebumen

Berdasarkan pengalaman, pedagang bibit sapi PO Kebumen mempunyai pengalaman 3-30 tahun dengan rata-rata 11,8 tahun. Menurut Soeharjo & Patong (2010), umur dan pengalaman beternak akan memengaruhi kemampuan berusaha. Peternak yang mempunyai pengalaman 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 bibit sapi PO Kebumen. Adapun karakteristik responden berdasarkan pengalaman penjualan ternak bibit sapi PO Kebumen. Dapat dilihat pada Tabel 1. sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Pengalaman Pedagang Bibit Sapi PO Kebumen.

No	Pengalaman Pedagang (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	3-10	12	60
2	11-20	5	25
3	>20	3	15
Total		20	100

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian tentang analisis pendapatan dan pemasaran pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni, terlihat bahwa pengalaman pedagang sangat bervariasi, namun sebagian besar (60%) memiliki pengalaman antara 3 hingga 10 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang bibit sapi di Pasar Hewan Argopeni didominasi oleh pelaku usaha yang telah cukup lama terjun dalam bisnis ini, yang mungkin memiliki penguasaan pasar dan jaringan pemasaran yang lebih baik dibandingkan pedagang baru. Pengalaman berdagang ini berperan penting dalam memengaruhi pendapatan mereka, karena semakin lama seorang pedagang berkecimpung dalam usaha ini, semakin besar kemungkinan mereka untuk memahami pola permintaan pasar, harga bibit sapi, serta strategi pemasaran yang efektif. Di sisi lain, kelompok pedagang yang memiliki pengalaman 11 hingga 20 tahun (25%) dan lebih dari 20 tahun (15%) kemungkinan telah memiliki pangsa pasar yang lebih stabil dan relasi yang lebih kuat dengan pelanggan serta pemasok. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan efektivitas pemasaran mereka. Dengan demikian, pengalaman pedagang menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan dalam bisnis bibit sapi, baik dari segi pendapatan maupun strategi pemasaran yang diterapkan di Pasar Hewan Argopeni Kebumen.

c. Pendidikan Pedagang Bibit Sapi PO Kebumen

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 Bibit Sapi PO Kebumen

No	Pendidikan Pedagang	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	8	40
2	SMP/Sederajat	3	15
3	SMA/Sederajat	9	45
Total		20	100

Berdasarkan tabel 2 mengenai karakteristik pendidikan pedagang bibit sapi PO di Kebumen, mayoritas pedagang memiliki latar belakang pendidikan formal yang berbeda. Sebagian besar pedagang, yaitu 45%, merupakan lulusan SMA atau sederajat, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan menengah atas mendominasi di antara para pedagang. Sementara itu, pedagang yang memiliki latar belakang pendidikan SD berjumlah 8 orang atau 40% dari total responden. Adapun pedagang yang berpendidikan SMP atau sederajat berjumlah paling sedikit, yaitu 3 orang atau 15%. Secara keseluruhan, terdapat 20 orang pedagang yang berpartisipasi dalam penelitian ini, dengan komposisi latar belakang pendidikan yang bervariasi. Hal ini

menunjukkan adanya keberagaman tingkat pendidikan di kalangan pedagang bibit sapi PO di Kebumen.

Selain itu, keberagaman tingkat pendidikan pedagang bibit sapi PO di Kebumen dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan adaptasi dan penerapan teknologi dalam usaha perdagangan. Pedagang yang memiliki pendidikan lebih tinggi, seperti lulusan SMA, kemungkinan memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi, teknologi, dan manajemen usaha. Mereka mungkin lebih mampu mengakses pelatihan atau program yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam perdagangan bibit sapi. Dengan komposisi pendidikan yang beragam, penting untuk mempertimbangkan upaya-upaya pemberdayaan yang dapat merangkul seluruh kalangan pedagang, baik melalui pelatihan teknis maupun program peningkatan kapasitas, agar seluruh pedagang dapat lebih berdaya saing dan menghadapi tantangan modernisasi dalam bidang peternakan. Menurut Misriani (2011), tingkat pendidikan berkorelasi positif dengan pendapatan peternak.

Pemasaran Bibit Sapi PO Kebumen

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 bibit sapi PO Kebumen 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 bibit sapi PO Kebumen 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. Fungsi ini selaras dengan teori Paly (2015), yang menjelaskan bahwa fungsi distribusi melibatkan aliran fisik dan hak milik dari produsen ke konsumen, serta aliran aktivitas ke depan dalam saluran pemasaran. Menurut Rahayu & Prasetyo (2020), pedagang memainkan peran penting dalam stabilitas harga dan distribusi sapi di pasar lokal. Mereka memastikan bahwa sapi dari berbagai peternak dapat mencapai pasar dan pembeli yang membutuhkan. Peternak lokal memainkan peran kunci dalam mendukung industri daging sapi di berbagai daerah dengan menjaga populasi dan kualitas sapi produksi (Wibowo & Setiyono, 2019). 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 hewan (Kurniawati & Sukardi, 2018).

Setelah sapi dikumpulkan oleh pedagang bibit sapi PO Kebumen tersebut diteruskan kepada blantik. Blantik 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 belantik sangat penting karena menentukan harga jual sapi dan proses keberhasilan transaksi penjualan sapi ke konsumen.

Tahap selanjutnya dalam saluran pemasaran adalah pedagang dalam daerah, yang bertanggung jawab untuk mendistribusikan sapi ke pasar lokal atau menjualnya langsung kepada konsumen akhir. Pedagang dalam daerah sering melakukan pemotongan sapi dan menjual daging secara langsung, serta menyediakan produk segar yang sesuai dengan permintaan pasar lokal. Fungsi ini sesuai dengan teori Kotler & Keller (2012) mengenai saluran distribusi yang lebih pendek, yang mana menekankan kecepatan dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan menjual langsung atau menyediakan produk yang telah diproses, pedagang dalam daerah dapat menyesuaikan penawaran mereka dengan preferensi lokal sehingga memberikan kemudahan akses bagi konsumen akhir. Hasil penelitian mengenai presentase penjualan bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Kebumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Presentase Penjualan Bibit Sapi PO Kebumen

Keterangan	Konsumen	Rataan (%)
Melalui Belantik (77,25%)	pedagang dalam daerah	50,5
	pedagang luar daerah	16,75
	peternak dalam daerah	7
	peternak luar daerah	3
Tanpa Belantik (22,75%)	pedagang dalam daerah	10,25
	pedagang luar daerah	6,5
	peternak dalam daerah	4
	peternak luar daerah	2

Berdasarkan tabel 3, penjualan bibit sapi PO di Kebumen mayoritas dilakukan melalui perantara atau belantik, dengan proporsi sebesar 77,25%. Konsumen terbesar dalam penjualan melalui belantik adalah pedagang dalam daerah yang mencapai 50,5%, diikuti oleh pedagang luar daerah sebesar 16,75%, peternak dalam daerah 7%, dan peternak luar daerah sebesar 3%. Sementara itu, penjualan tanpa menggunakan belantik mencakup 22,75% dari total penjualan. Konsumen utama dalam penjualan tanpa belantik adalah pedagang dalam daerah dengan persentase 10,25%, diikuti oleh pedagang luar daerah sebesar 6,5%, peternak dalam daerah 4%, dan peternak luar daerah sebesar 2%. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa peran belantik masih sangat dominan dalam proses penjualan pedet sapi PO, terutama untuk memenuhi kebutuhan pedagang di dalam dan luar daerah, meskipun penjualan langsung tanpa perantara juga masih terjadi dengan porsi yang cukup signifikan.

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 bibit sapi PO Kebumen Rp.318.568,-/ekor/hari. Biaya yang dikeluarkan pedagang bibit sapi PO Kebumen 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 bibit sapi PO Kebumen yaitu dari hasil penjualan sapi saja, yang mana untuk harga bibit sapi PO Kebumen yang dijual dipengaruhi oleh berat badan sapi. Harga beli dan harga jual bibit sapi PO Kebumen dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Harga Beli dan Harga Jual Bibit Sapi PO Kebumen

No	Kualitas Sapi Pedet	Harga Beli		Harga Jual		Rataan Harga Beli	Rataan Harga Jual
		Terendah	Tertinggi	Terendah	Tertinggi		
1	Jantan Biasa	14.000.000	15.000.000	15.500.000	16.000.000	15.500.000	17.000.000
2	Jantan Bagus	16.000.000	17.000.000	17.500.000	19.000.000		
3	Betina Biasa	11.000.000	13.000.000	13.000.000	15.000.000	13.500.000	15.500.000
4	Betina Bagus	14.000.000	16.000.000	16.000.000	18.000.000		

Rataan harga beli bibit sapi PO jantan Rp.15.500.000,- dan rata-rata harga beli bibit sapi PO betina Rp.13.500.000,-. Rataan harga jual bibit sapi PO jantan Rp.17.000.000,- dan rata-rata harga jual bibit sapi PO betina Rp.15.500.000,- sehingga selisih antara harga jual dan harga beli bibit sapi PO jantan Rp.1.500.000,- dan bibit sapi PO betina Rp.2.000.000,-

Pendapatan Pedagang Bibit sapi PO Kebumen

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 bibit sapi PO Kebumen adalah sebesar Rp.21.423.500,-/bulan, dengan pendapatan paling tinggi Rp.44.400.000,- dan pendapatan paling rendah Rp.10.710.000,-. Pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen tergantung pada jumlah dan kualitas sapi yang di jual. Jumlah penjualan dan kualitas bibit sapi yang dijual sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Semakin banyak bibit sapi yang dijual dan semakin bagus kualitas sapi tersebut, semakin besar pendapatan yang bisa diperoleh. Hal ini didukung oleh penelitian Kahan (2013) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas ternak dapat secara langsung meningkatkan harga jual dan pendapatan, karena konsumen lebih memilih untuk membayar lebih untuk hewan yang lebih sehat dan memiliki kualitas yang baik. Dengan demikian, baik jumlah penjualan maupun kualitas bibit sapi yang dijual memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen.

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

Untuk mengetahui pengaruh umur, pengalaman, dan pendidikan terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen dilakukan dengan analisis linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda untuk pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = 69563504,49 + -823614,803X_1 + 513154,4409 X_2 + -1925899,81 X_3$$

Berdasarkan nilai *Multiple R* 0,419 menyatakan korelasi yang sangat kuat antara umur, pengalaman dan pendidikan dengan pendapatan. Berdasarkan nilai *R Square* 0,176 menunjukan bahwa pengaruh umur, pengalaman, dan pendidikan secara bersama-sama terhadap pendapatan sebesar 17,6%. Hasil analisis variansi diperoleh nilai *Significance F* sebesar 0,362791028. Angka *Significance F* lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel umur, pengalaman dan pendidikan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen.

Nilai koefisien *P value* dapat diketahui apakah masing-masing variabel bebas, yaitu umur, pengalaman, dan pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen. Berdasarkan variabel umur mempunyai nilai *P value* sebesar 0,123320931 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, akan tetapi kemungkinan dipengaruhi oleh keterampilan digital, adaptabilitas, dan kemampuan untuk memanfaatkan platform teknologi. Berdasarkan variabel pengalaman nilai *P value* sebesar 0,248820399 lebih besar 0,05 yang berarti pengalaman tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan, dan pada variabel pendidikan nilai *P value* sebesar 0,351653108 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. Namun, kemungkinan di pengaruhi oleh keterampilan digital, adaptabilitas, dan kemampuan untuk memanfaatkan platform teknologi. Teknik pemasaran yang efektif dengan penggunaan teknologi informasi dapat menarik lebih banyak pembeli serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui aplikasi jual beli online atau media sosial sehingga meningkatkan penjualan pedagang bibit sapi PO Kebumen. Pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen juga dipengaruhi oleh jumlah dan kualitas sapi yang di jual. Hal ini menunjukkan perlunya memperbaiki model analisis dengan mempertimbangkan faktor-faktor baru yang relevan di era digital.

Penggunaan teknologi informasi dapat secara signifikan memengaruhi pendapatan dan pemasaran bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni, Kebumen. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pedagang dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui aplikasi jual beli online atau media sosial yang mana 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

Saluran pemasaran bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni yang menggunakan jasa blantik sebesar 77,25% dan yang tanpa blantik sebesar 22,75%. Pendapatan rata-rata pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kebumen adalah sebesar Rp. 21.423.500,-/bulan. Faktor-faktor seperti umur, pengalaman dan pendidikan secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lain di luar faktor individu pedagang mungkin lebih dominan dalam menentukan besarnya pendapatan.

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 : MR, NN. Mengumpulkan data: MR, NN. Melakukan Analisis dan Interpretasi data: MR, NN. Menyusun naskah: MR, NN. Melakukan Revisi: MR, NN.

KONFLIK KEPENTINGAN

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

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Kahan, D. (2013). Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). *Farm Management Extension Guide*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearsons Education.
- Kurniawati, R., & Sukardi, T. (2018). Peran Blantik dalam Pemasaran Ternak Sapi di Pasar Tradisional. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 12(3), 211-223.
- 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.
- Nuraeni, N., Nugroho, R. J., & Aryadi, M. F. I. (2016). Analisis produksi dan distribusi pedet sapi PO Kebumen di SPR Sato Widodo dan SPR Klirong-01 Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 4(2), 278-294.
- Paly, B. (2015). *Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.
- Rahayu, S., & Prasetyo, B. (2020). Dinamika Harga Sapi di Pasar Lokal Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 8(2), 123-137.
- Rasyaf. (2010). *Manajemen Peternakan Ayam Kampung*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sholeh, M. (2024). *Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Ternak Sapi di Kecamatan Tungkal Jaya Kabupeten 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.
- 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>
- Wibowo, S., & Setiyono, B. (2019). Manajemen Usaha Ternak Sapi Potong di Indonesia. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 14(1), 23-34.