

Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta

Moh. A. Syakur, S. H. Purnomo*, B. S. Hertanto

Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pasokan daging sapi, (2) menganalisis tingkat efisiensi pemasaran pada rantai pasokan daging sapi, (3) menganalisis nilai tambah pada proses pemotongan sapi potong di Kota Surakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September – November 2016 di Kota Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *teknik purposive sampling* dan *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, analisis efisiensi pemasaran dan analisis nilai tambah dengan metode Hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) terdapat 3 aliran dalam rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi yang berjalan dengan optimal; (2) saluran distribusi daging sapi di Kota Surakarta adalah efisien berdasarkan nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,79%, margin pemasaran yang menguntungkan ($S_{ki} > S_{bi}$) sebesar Rp 7.500 dan *shared value* yang proporsional sesuai dengan kontribusi yang diberikan setiap mata rantai; dan (3) rata-rata nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp 70.551,18/kg atau 59,8% dari total output yang dihasilkan.

Kata Kunci: Daging sapi, Efisiensi pemasaran, Nilai tambah hayami, Rantai pasokan

Analysis of Supply Chain Beef Cattle from Slaughterhouses to Consumers in Surakarta City

ABSTRACT

This research aims to: (1) analyzing the products flow, financials flow and information flow on the beef supply chain, (2) analyze the level of efficiency in the marketing of beef supply chain, (3) analyze the value added in the process of cutting a beef cattle in Surakarta. This research was carried out in September – November 2016 in Surakarta. The methods used in this research is a survey method. Sampling method in this research is purposive sampling technique and snowball sampling. The analysis of the data used in this research is descriptive analysis, efficiency of marketing and value added analysis method with Hayami. The results of the analysis show that: (1) there are 3 streams in the beef supply chain in Surakarta there are: products flow, financial flow and information flow that goes with the optimal; (2) beef distribution channels in Surakarta is efficient based on the value of the marketing efficiency of 0,79%, margins of profitable marketing ($S_{ki} > S_{bi}$) amounting to Rp 7,500 and shared value that is proportionate in accordance with the contribution given per link; and (3) the average value obtained is Rp 70.551, 18/kg or 59.8% of total output produced.

Keywords: Beef, Efficiency marketing, Value added of Hayami, Supply chain

PENDAHULUAN

Peternakan merupakan sektor yang memiliki peluang sangat besar untuk dikembangkan sebagai usaha di masa depan. Kebutuhan masyarakat akan produk peternakan akan semakin meningkat setiap tahunnya. Peternakan sebagai penyedia protein, energi, vitamin, dan mineral semakin bertambah seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup (Yulianto dan Saparinto, 2010). Kebijakan pemerintah terkait swasembada daging tahun 2014 menjadi tantangan dalam sektor pertanian khususnya subsektor peternakan sapi potong. Berdasarkan data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2017) dapat diketahui bahwa ketersediaan produksi daging sapi lokal tahun 2017 belum mencukupi kebutuhan nasional. Berdasarkan prognosa produksi daging sapi di dalam negeri tahun 2017 sebesar 354.770 ton, sedangkan perkiraan kebutuhan daging sapi di dalam negeri tahun 2017

sebesar 604.968 ton, sehingga untuk memenuhi kekurangannya dipenuhi dengan impor, baik dalam bentuk impor sapi bakalan maupun daging. Jumlah produksi daging sapi dalam negeri tidak mampu mencukupi kebutuhan konsumsi daging sapi di Indonesia. Adanya selisih pada jumlah konsumsi daging sapi dengan jumlah produksi daging sapi menyebabkan lemahnya rantai pasok, meskipun jumlah produksi dalam negeri terus mengalami peningkatan, namun jumlah tersebut belum mampu mencukupi kebutuhan konsumsi

Rantai pasokan atau *supply chain* merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan (finansial) (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Pengaturan ini penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan daging sapi dan harganya relatif tinggi jika dibandingkan dengan hasil komoditas ternak lainnya. Kegiatan dalam rantai pasokan merupakan proses penyampaian produk yang awalnya berupa sapi potong hidup menjadi daging sapi yang siap untuk dipasarkan dari peternak sapi potong hingga ke konsumen daging. Kesalahan dalam

*Penulis Korespondensi: S. H. Purnomo
Alamat: Jl. Ir. Sutami 36A Kentingan, Surakarta, Jawa Tengah
E-mail: sutrisnohadi@staff.uns.ac.id

memilih saluran distribusi dapat memperlambat bahkan dapat terjadi kemacetan usaha penyaluran barang dan jasa tersebut dari produsen ke konsumen. Panjangnya rantai pasok pada produk peternakan jika tidak dikelola secara baik bisa menyebabkan biaya yang tinggi, baik untuk biaya transaksi, biaya transportasi, biaya penyimpanan, biaya pengemasan, biaya kerusakan dan keuntungan masing-masing pelaku dan sebagainya (Mulyadi, 2005).

Terkait dengan rantai pasokan daging sapi terdapat beberapa biaya yang harus dikeluarkan di setiap lembaga tataniaga. Daging sebagai komoditas unggulan peternakan bersumber dari Rumah Pemotongan hewan (RPH), sebelum sampai pada konsumen akan melewati beberapa mata rantai tataniaga seperti pedagang besardan pedagang pengecer. Pada umumnya RPH merupakan tempat para pedagang besar melakukan pemotongan pada sapi mereka untuk dijual kepada pemborong maupun pedagang pengecer. RPH Jagalan di kota Surakarta Propinsi Jawa Tengah merupakan unit pelayanan publik memiliki fungsi teknis, ekonomis dan sosial dalam pemotongan hewan di Surakarta dan sekitarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta; (2) menganalisis tingkat efisiensi pemasaran pada rantai pasokan daging sapi segar di Kota Surakarta; dan (3) menganalisis nilai tambah pada proses pemotongan sapi potong di Kota Surakarta.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini sudah dilaksanakan pada Bulan September sampai November 2016 di Kota Surakarta. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling* (Singarimbun, 2005) yaitu di Kota Surakarta. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Kota Surakarta memiliki RPH Jagalan yang memiliki skala cukup besar dalam jumlah pemotongan ternak sapi potong yang berperan dalam penyedia kebutuhan daging masyarakat Surakarta. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk pengambilan sampel mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei. Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data yang diambil dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2009).

Tahap survei dilaksanakan untuk mengambil data primer maupun sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh 32 responden. Data sekunder di peroleh dari instansi terkait dalam penelitian ini yaitu RPH Kota Surakarta dan sumber lain yang terkait.

Analisis Data

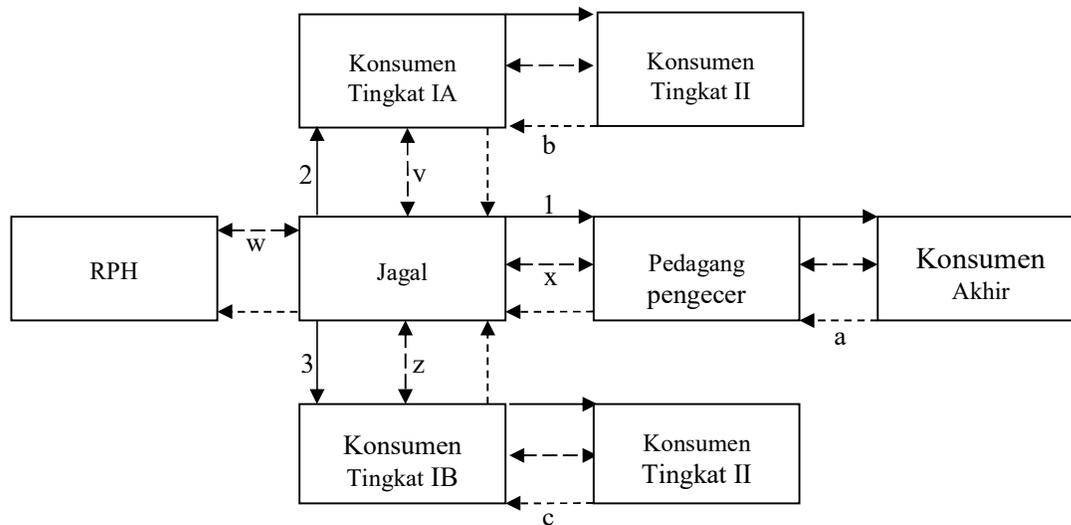
Analisis deskriptif yang dilakukan adalah untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Menurut Sekaran (2003) metode deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi, sedangkan menurut Sugiyono (2011) Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat dilihat berdasarkan nilai distribusi margin pemasaran dan *share value* pada rantai pasokan daging sapi. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran, analisis margin pemasaran dan distribusi margin.

Efisiensi pemasaran (EP) dirumuskan $TB/TNP \times 100\%$. Menurut Soekartawi (1989) konsep efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara total biaya (TB) dengan total nilai produk (TNP) yang dipasarkan. Rantai pasokan yang memiliki tingkat efisiensi pemasaran lebih tinggi adalah rantai pasokan yang memiliki nilai efisiensi pemasaran lebih kecil (Emhar *et al.*, 2014). Margin pemasaran (MP) dirumuskan harga di tingkat konsumen (Pr) – harga di tingkat pedagang (Pf). Distribusi margin menggunakan 2 perhitungan yaitu share biaya (Sb) dan share keuntungan (Sk) (Rahim dan Hastuti, 2007). Nilai margin pemasaran digunakan untuk mengetahui nilai share biaya dan share keuntungan setiap mata rantai.

Analisis nilai tambah menggunakan metode *Hayami*. Pengujian dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah akibat proses pemotongan terhadap sapi potong hidup. Perhitungan nilai tambah produk dilakukan dengan mengkonversikan harga jual *primary product* dan *side product* dengan harga pasaran daging sapi setiap 1 kilogramnya. Bentuk formulasi dari konversi adalah Konversi Harga Produk (kg)=Penjualan Produk/Harga Daging Sapi per kg. Nilai tambah diperoleh dari nilai output dikurangi dengan harga bahan baku dan harga input lain sehingga dapat diformulasikan *value added* (VA) = Nilai Output – Nilai Input.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola aliran dalam rantai pasokan daging sapi menunjukkan ada tiga aliran yang ada dalam pola tersebut yaitu berupa aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Aliran produk mengalir dari hulu hingga hilir yaitu dari jagal hingga konsumen daging sapi. Aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen akhir daging sapi ke jagal. Aliran informasi mengalir pada mata rantai secara timbal balik. Hal tersebut sesuai dengan penelitian



Keterangan :

- : Aliran Produk (1, 2, 3)
- : Aliran Keuangan (a, b, c)
- : Aliran Informasi (w, x, y, z)
- Konsumen Akhir : Konsumen daging sapi segar
- Konsumen tingkat IA : Hotel dan rumah sakit
- Konsumen tingkat IB : Pedagang pengolah
- Konsumen tingkat II : Konsumen hasil olahan daging sapi

Gambar 1. Pola saluran dalam rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta.

terdahulu yang dilakukan Emhar *et al.*, (2014) di Kabupaten Jember bahwa rantai pasokan daging sapi memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Aliran produk mengalir dari peternak hingga ke konsumen akhir daging sapi. Aliran keuangan mengalir dari konsumen akhir daging sapi ke peternak, sedangkan aliran informasi mengalir dua arah dari peternak ke konsumen akhir daging sapi.

Hasil penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1, terdapat tiga macam aliran yang menggambarkan rantai pasok daging sapi di Kota Surakarta. Aliran Pertama adalah aliran produk (barang) yang mengalir dari hulu ke hilir, kedua adalah aliran finansial (uang) yang mengalir dari hilir ke hulu, dan yang ketiga adalah aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Struktur rantai pasok melibatkan anggota rantai pasok, setiap anggota rantai pasok melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Anggota rantai pasok yang dimaksud adalah para pelaku yang tergabung dan memiliki peran didalam rantai pasok daging sapi.

Amirah (2014) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa Pelaku rantai pasok daging sapi dari Rumah Pematangan Hewan sampai ke konsumen akhir adalah jagal dan pedagang pengecer. Kontribusi para pelaku rantai pasok yaitu berupa pertukaran meliputi fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik yaitu fungsi pengangkutan dan fungsi pengemasan serta fungsi fasilitas adalah fungsi pembiayaan dan

informasi pasar. Peran pelaku rantai pasok adalah sebagai penyalur daging sapi sampai ke konsumen dalam waktu, bentuk, dan tempat yang diinginkan konsumen.

Aliran Produk

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat 3 pola saluran pada aliran produk. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu: (1) jagal - pedagang pengecer - konsumen akhir; (2) jagal - konsumen tingkat IA - konsumen tingkat II; (3) jagal - konsumen tingkat IB - konsumen tingkat II. Sesuai dengan pernyataan Wibawa *et al.*, (2015) bahwa aliran produk mengalir dari hulu ke hilir.

Saluran 1, aliran produk pada saluran 1 dimulai dari jagal selaku penyedia bahan utama, kemudian jagal memotongkan sapihnya melalui RPH, rata-rata 2-5 ekor sapi tergantung permintaan pasar. Kemudian RPH melakukan fungsi fungsinya seperti pengawasan dan pemeriksaan daging sapi yang dipotong setiap pagi harinya. Selanjutnya daging sapi didistribusikan oleh jagal ke konsumen melalui pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional. Total volume rata-rata daging sapi segar yang dipasok oleh jagal dari RPH di Kota Surakarta setiap harinya sekitar 1500-3000 kg. Pedagang pengecer melakukan pembelian langsung dari jagal yang ada di Kota Surakarta dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 17,5 kg per hari. Saluran 2 dan 3, RPH dan jagal melakukan fungsi-fungsinya seperti pada saluran 1. Saluran 2 dibedakan

dengan jagal yang mendistribusikan ke konsumen tingkat I yang terdiri dari hotel dan rumah sakit sesuai dengan jumlah yang dipesan. Konsumen tingkat I ini membeli langsung dari jagal dengan rata-rata pembelian 20-40 kg. Pengunjung hotel dan rumah sakit yang mengkonsumsi daging sapi disebut konsumen tingkat II, sedangkan saluran 3 daging sapi dari jagal dibeli oleh pedagang pengolah untuk diolah menjadi produk olahan daging sapi seperti bakso dan lain lain. Pembeli produk olahan daging sapi disebut juga konsumen tingkat II. Pedagang pengolah melakukan pembelian langsung dari jagal yang ada di Kota Surakarta dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 2-5 kg per hari per pedagang.

Aliran Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat 3 pola saluran pada aliran keuangan. Adapun pola saluran yang terbentuk yaitu (a) konsumen - pedagang pengecer - jagal - RPH; (b) konsumen tingkat II - konsumen tingkat IA - jagal - RPH; (c) konsumen tingkat II - pedagang pengolah - konsumen tingkat IB - RPH. Sesuai dengan pernyataan Wibawa *et al.* (2015) bahwa aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu. Hasil penelitian yang dilakukan Emhar *et al.* (2014) mendapati bahwa aliran keuangan mengalir dari jagal ke RPH terkait biaya retribusi pemotongan, dari pedagang pengecer ke jagal dan dari konsumen ke pedagang pengecer terkait jenis pembayaran serta cara pembayaran.

Aliran keuangan pada saluran a, uang mengalir dari konsumen kemudian pedagang pengecer, jagal dan terakhir sampai RPH. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam rantai pasok dengan cara membayar tunai. Pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan warung warung sayur membeli daging sapi dari jagal dengan harga rata-rata Rp. 100.000 per kg dan menjual kembali kepada konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp. 107.500 per kg.

Aliran keuangan pada saluran b, uang mengalir

dari konsumen tingkat II kemudian konsumen tingkat I, jagal dan terakhir sampai RPH. Konsumen tingkat I ini membeli daging sapi langsung dari jagal dengan sistem pembayaran berupa kredit, yaitu konsumen tingkat I ini membayar uang muka sebesar 30% dengan pelunasan dan tenggang waktu sesuai kesepakatan.

Aliran keuangan pada saluran c, uang mengalir dari konsumen tingkat II kemudian pedagang pengolah, jagal dan terakhir sampai RPH. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam rantai pasok dengan cara tunai. Pedagang pengolah melakukan pembelian langsung dari jagal yang ada di Kota Surakarta dengan harga Rp 95.000-100.000 per kg.

Aliran Informasi.

Aliran informasi yang terjadi di semua saluran berjalan dua arah dari hilir ke hulu dan hulu ke hilir (Wibawa *et al.*, 2015). Aliran informasi yang berjalan antar lembaga pemasaran daging sapi adalah informasi terkait pemasok, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi, dan harga pasar. Informasi terkait suplayer, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan daging sapi mengalir diantara RPH dan jagal selaku produsen daging sapi, sedangkan informasi terkait harga pasar mengalir dari pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan pedagang olahan daging ke jagal dan sebaliknya.

Efisiensi Pemasaran, Margin Pemasaran, Distribusi Margin dan *Share Value* pada Rantai Pasokan Daging Sapi

Distribusi daging sapi segar memiliki jenis pola saluran 1 (satu) tingkat, yaitu saluran distribusi daging sapi dari jagal kepada konsumen melalui 1 anggota rantai pasokan yaitu pedagang pengecer. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran diperoleh hasil sebesar 0,79%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi

Tabel 1. Efisiensi dan margin pemasaran daging sapi (Jagal-Pedagang Pengecer-Konsumen)

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	DM (%)		Share(%)		
		Ski	Sbi	Harga	Ski	Sbi
Jagal						
a. Rata rata harga jual	100.000			93,02		
Pedagang pengecer						
a. Harga beli	100.000					
b. Biaya transportasi	714,2		9,52			0,67
c. Biaya retribusi pasar	57,1		0,76			0,05
d. Harga jual	107.500					
e. Keuntungan	6.728,7	89,72			6,26	
Konsumen						
a. Harga beli	107.500					
Margin Pemasaran (MP)	7.500					

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2016

Keterangan:

DM : Distribusi Margin

Ski : *Share* keuntungan

Sbi : *Share* biaya

daging sapi segar pada saluran 1 tingkat efisien karena memiliki nilai efisiensi lebih kecil dari 50%, sesuai dengan pernyataan Soekartawi (2003) bahwa nilai EP (Efisiensi Pemasaran) sebesar 0 – 50% maka saluran pemasaran efisien sedangkan EP lebih besar dari 50% maka saluran pemasaran kurang efisien. Hasil perhitungan margin dan distribusi margin pemasaran daging sapi pada saluran 1 (satu) tingkat dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, nilai margin pemasaran untuk setiap kilogram daging sapi pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 7.500. Margin keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar Rp 6.728,7 atau 89,72%, sedangkan biaya yang dibayarkan pedagang sebagai biaya transportasi per kilogram daging sebesar Rp 714,2 atau 9,52% dan biaya retribusi pasar yang dibayarkan pedagang sebesar Rp 57,1/kilogram atau 0,76 %.

Nilai margin keuntungan pada saluran ini sebesar 89,7% lebih besar jika dibandingkan dengan margin biaya sebesar 10,28%, artinya saluran distribusi ini menguntungkan. Nilai *share* merupakan bagian harga yang diterima maupun yang dibayarkan oleh mata rantai. Rata-rata bagian harga yang diterima oleh jagal sebesar Rp 100.000 atau 93,02%, bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar Rp 6.728,7 atau 6,26%. Bagian biaya transportasi yang dibayarkan pedagang sebesar Rp 714,2/kg atau 0,67% sedangkan bagian biaya retribusi untuk setiap kilogram daging sebesar Rp 57,1 atau 0,05%.

Salah satu indikator untuk mengetahui tingkat keberhasilan rantai pasokan adalah dengan mengetahui efisiensi pemasaran. Menurut Daniel (2004), sistem pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari produsen hingga ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya. Disamping itu, pemasaran yang efisien apabila mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Nilai margin pemasaran untuk setiap kilogram daging sapi pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 7.500 dimana nilai ini merupakan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga di jagal, jika jagal mendistribusikan daging dengan menggunakan perantara. Selisih harga atau adanya margin pemasaran diakibatkan adanya biaya yang dibayarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer. Koesmara *et al.* (2011) menyatakan bahwa margin keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer tinggi karena lembaga yang terlibat sebagai perantara hanya satu yaitu pedagang pengecer daging. Hasil perhitungan *share* menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima oleh jagal lebih tinggi jika dibandingkan dengan bagian harga yang diterima

oleh pedagang pengecer, sehingga jagal tidak dirugikan dari kegiatan distribusi daging sapi. Hal tersebut akan mendorong jagal untuk tetap melakukan pemotongan sapi dan mendorong pedagang untuk menjalankan fungsinya dalam mendistribusikan hasil pemotongan sapi.

Rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta seharusnya memiliki *shared value* yang berimbang sesuai dengan kontribusi mata rantai yang ditunjukkan dengan pemasaran yang efisien. Bentuk kontribusi mata rantai berupa pembagian tugas jagal yang melakukan pemotongan sapi dan menawarkan daging sapi, pedagang pengecer yang membantu proses pendistribusian *primary product* dan *side product*, serta konsumen potensial dan konsumen akhir yang melakukan permintaan produk. Adanya pembagian nilai yang adil sesuai kontribusi dan pemasaran yang efisien akan mendukung kinerja para pelaku dalam rantai pasokan.

Nilai Tambah pada Proses Pemotongan Sapi Potong di Kota Surakarta.

Hasil rata-rata perhitungan nilai tambah pada rantai pasokan daging sapi di tingkat jagal dapat dilihat dalam Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 mengenai rata-rata perhitungan nilai tambah pada tingkat jagal menunjukkan bahwa nilai faktor konversi sebesar 1,31 dimana faktor konversi diperoleh dari pembagian nilai output dengan nilai input untuk setiap 1 ekor sapi ukuran sedang. Faktor konversi sebesar 1,31 artinya setiap Rp 1,00 harga input sapi akan menghasilkan output sebesar Rp 1,31 jika dinilai dalam bentuk rupiah atau keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 0,31. Proses pemotongan setiap 1 ekor sapi hidup rata-rata membutuhkan 4 HOK dengan upah rata-rata tenaga kerja sebesar Rp 100.000/HOK. Harga bahan baku merupakan harga beli sapi potong hidup yang dibagi dengan berat sapi dalam satuan rupiah per kilogram. Harga rata-rata sapi potong hidup per kilogram sebesar Rp 46.511,62. Untuk mendukung kegiatan nilai tambah diperlukan sumbangan dari input lain dengan biaya total sebesar Rp 837,2 untuk setiap kilogram input (bahan baku utama) yang digunakan. Nilai output dari proses pemotongan sapi sebesar Rp 117.900.

Nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Nilai tambah pada setiap rantai pasok berbeda-beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut (Marimin dan Maghfiroh, 2010).

Tabel 2. Rata-rata perhitungan nilai tambah di tingkat jagal

No.	Variabel	Nilai
Output, Input dan Harga		
1	Output	
	Volume penjualan	125
	a. Primary product (daging sapi) (kg/ekor)	30
	b. Side product (kg/ekor)	155
	c. Total volume penjualan (kg/ekor)	13.175.000
	d. Total nilai penjualan (Rp/ekor)	215
2	a. Volume bahan baku (kg/ekor)	10.000.000
	b. Nilai bahan baku (Rp/ekor)	4
3	Tenaga kerja langsung (HOK/ekor)	1,31
4	Faktor konversi	0,0186
5	Koefisien tenaga kerja langsung (HOK/kg)	90.000
6	Harga output (Rp/kg)	100.000
7	Upah tenaga kerja langsung (Rp/HOK)	46.511,62
Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	837,2
9	Harga input lain (retribusi RPH) (Rp/kg input bahan baku)	117.900
10	Nilai output (Rp/kg)	70.551,18
	a. Nilai tambah (Rp/kg)	59,83
11	b. Rasio nilai tambah (%)	1.860
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (Rp/kg)	
12	b. Pangsa tenaga kerja langsung (%)	2,636
	a. Keuntungan (Rp/kg)	68.691,18
	b. Tingkat keuntungan (%)	58,262
13	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
	Margin (Rp/kg)	71.388,38
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	9,81
14	b. Sumbangan input lain (%)	1,172
	c. Keuntungan perusahaan (%)	96,22

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2016

Kegiatan distribusi sapi potong hidup menjadi daging sapi segar dilakukan dengan melibatkan beberapa mata rantai dimana anggota mata rantai tersebut memberikan nilai tambah terhadap komoditas sapi potong. Pemberian nilai tambah dilakukan dengan melakukan pemotongan sapi hidup, sehingga produk akan berubah menjadi karkas. Analisis nilai tambah terdiri dari beberapa komponen yang membentuk seperti biaya produksi dan keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja dan sumbangan input lain. Fajar (2014) mengatakan bahwa adanya nilai tambah dalam rantai pasokan dapat dijadikan sebagai indikator dalam mengukur kinerja rantai pasokan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa input utama dalam rantai pasokan ini adalah sapi potong hidup dimana setiap sapi potong hidup memiliki berat dan harga yang berbeda beda. Sapi hidup yang dibeli oleh jagal akan dipotong berdasarkan pengawasan pihak Rumah Pemotongan sapi potong hidup akan berubah bentuk menjadi karkas setelah dilakukan pemotongan. Hasil output produk terdiri dari 2 jenis yaitu *primary product* dan *side product*. *Primary product* berupa daging sapi, sedangkan *side product* adalah produk karkas selain daging seperti kepala, kaki, kulit, tulang, hati, paru,

gajah, ekor, dan babat. Produk yang dijual dalam satuan yang berbeda-beda, untuk memudahkan kegiatan analisis *primary product* satuan dikonversikan ke dalam harga pasaran daging sapi setiap kilogramnya yaitu sebesar Rp 90.000,00.

Berdasarkan Tabel 2 mengenai rata-rata perhitungan nilai tambah pada tingkat pengusaha daging digunakan untuk mengetahui nilai tambah pemotongan sapi hidup untuk ukuran sedang. Hasil nilai tambah merupakan jumlah nilai output dikurangi dengan biaya input yang dinyatakan dalam bentuk rupiah untuk setiap kilogram input (bahan baku). Nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp 70.551,18 dengan ratio sebesar 59,83% dari total nilai output artinya proses pemotongan sapi hidup menjadi output berupa karkas mampu memberikan nilai tambah karena nilainya lebih dari 0 (nol). Nilai tambah yang dapat dihasilkan akibat proses pemotongan terdiri dari biaya balas jasa tenaga kerja dan keuntungan yang diterima oleh pengusaha daging. Jumlah pendapatan yang diterima oleh tenaga kerja untuk setiap kilogram output sebesar Rp 7.000 atau 9,92% dari total nilai tambah. Keuntungan yang diterima oleh pengusaha daging untuk setiap kilogram output sebesar Rp 63.551,18 atau sebesar 53,9% dari total nilai output. Emhar *et al.*, (2014) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa Proses pemotongan sapi

hidup menjadi daging sapi sebagai *primary product* dan bagian lain sebagai *side product* mampu menghasilkan nilai tambah. Nilai tambah terdiri dari keuntungan yang diperoleh pengusaha daging dari total output dan sisanya diterima oleh tenaga kerja. Nilai tambah yang mampu diberikan dapat mendorong pengusaha daging untuk tetap melakukan usaha dalam menyuplai daging sapi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rantai pasokan daging sapi di Kota Surakarta memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Saluran distribusi daging sapi di Kota Surakarta adalah efisien berdasarkan nilai efisiensi pemasaran yang mendekati 0 (nol), margin pemasaran yang menguntungkan ($S_{ki} > S_{bi}$) dan *shared value* yang adil atau proporsional. Proses pemotongan sapi hidup menjadi daging sapi mampu menghasilkan nilai tambah. Rata-rata nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp 70.551,18/kg atau 59,8% dari total output yang dihasilkan

DAFTAR PUSTAKA

- Amirah, Z.N., M. Paturochman dan A.S. Masdar. 2014. Analisis Rantai Pasok Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali Sampai Konsumen Akhir di Kota Garut. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. PT. Buni Aksara. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2017. Upaya Kementerian Pertanian Dongkrak Populasi Sapi Agar Peternak Sejahtera. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Jakarta.
- Emhar, A., J. M.M. Aji, dan T. Agustina. 2014. Analisis rantai pasokan (*supply chain*) daging di Kabupaten Jember. Jurnal Berkah Ilmiah Pertanian. 1: 53- 61.
- Fajar, A. I. 2014. Analisis Rantai Pasokan Jagung di Jawa Barat. Tesis. Institut Pertanian Bogor (IPB).
- Hayami, Y., T. Kawagoe, Y. Marooka dan M. Siregar. 1987. Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, A Prospective From Sunda Village. CGPRT. Bogor.
- Indrajit, R.E. dan R. Djokopranoto. 2002. Konsep Manajemen *Supply Chain*. Cara Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. PT. Gramedis Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Koesmara, H., S. Nurtini, dan I.G.S. Budisatria. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Sapi Potong. Buletin Peternakan. 39(1): 57-63.
- Marimin, dan N. Maghfiroh. 2010. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. IPB Press. Bogor.
- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya edisi ke-5. Cetakan ke-7. UUP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Rahim A, dan Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian: Pengantar, Teori dan Kasus. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2003. Metode Penelitian untuk Bisnis. Salemba 4. Jakarta.
- Singarimbun. 2005. Metode Penelitian Survey. LP3I. Jakarta.
- Soekartawi. 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Rajawali. Jakarta.
- Soekartawi, 2003. Prinsip Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Wibawa, M.S., I.G.A.A. Ambarawati dan K. Sumba. 2015. Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 4, No. 1, Mei 2016 ISSN: 2355-0759.
- Yulianto, P. dan C. Saparinto. 2010. Pembesaran Sapi Potong Secara Intensif. Penebar Swadaya. Jakarta.