

ANALISIS PENDAPATAN DAN EFISIENSI PEMASARAN USAHA SAPI POTONG DI KABUPATEN LANGKAT

The Income Analysis and Marketing Efficiency of Beef Cattle Business in Langkat District

Achmad Syahdani¹, Hasnudi², dan Nevy Diana Hanafi²

1. Mahasiswa Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
2. Staf Pengajar Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

ABSTRAK

This research objectives to know the income analysis and marketing efficiency of beef cattle business. This research was conducted in Langkat district, from July to September 2014. This research used a proportional stratified random sampling method and obtained 219 respondents composed of Batang Serangan (111 respondents), Besitang (69 respondents) and Sirapit (39 respondents). Marketing efficiency was obtained through the interview method on farmers, brokers, slaughtershouse, market traders and end consumers regarding the selling prices of beef cattle.

The research showed that business scale significantly affect ($P < 0,05$) farmer's income, while farmer's age, level of education, experiences, number of family and cost of production not significantly affect ($P > 0,05$) farmer's income. There are 3 patterns in marketing channel of beef cattle and pattern I (farmers, market traders and end consumers) was the most efficient. The conclusions of this research in business scale had positive effect on the farmer's income and the shorter of marketing channel increase marketing efficiency of beef cattle.

Keywords : Farmer's Income, Marketing Efficiency, Beef Cattle

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran usaha sapi potong. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Langkat mulai bulan Juni sampai September 2014. Penelitian ini menggunakan proportional stratified random sampling dan diperoleh 219 responden, yaitu kecamatan Batang Serangan (111 responden), Besitang (69 responden) dan Sirapit (39 responden). Efisiensi pemasaran didapat melalui metode wawancara terhadap peternak, pengumpul, rumah potong hewan, pedagang pasar dan konsumen akhir mengenai harga jual sapi potong.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala usaha berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap pendapatan peternak, sedangkan umur peternak, tingkat pendidikan, pengalaman beternak, jumlah tanggungan keluarga dan biaya produksi berpengaruh tidak nyata ($P > 0,05$) terhadap pendapatan peternak. Terdapat 3 pola saluran pemasaran sapi potong dimana pola I (peternak, pedagang pasar dan konsumen akhir) adalah saluran pemasaran yang paling efisien. Kesimpulan penelitian ini adalah skala usaha memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan dan semakin pendek saluran pemasaran maka meningkatkan efisiensi pemasaran sapi potong.

Kata Kunci : Pendapatan Peternak, Efisiensi Pemasaran, Sapi Potong

PENDAHULUAN

Sapi potong merupakan jenis ternak yang mempunyai nilai jual tinggi diantara ternak lainnya. Pada umumnya masyarakat membutuhkan hewan ini untuk dikonsumsi, karena kandungan proteinnya yang tinggi. Laju pertumbuhan penduduk yang terus meningkat menuntut ketersediaan daging yang juga meningkat, oleh karena itu usaha sapi potong merupakan salah satu usaha yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Kabupaten Langkat merupakan salah satu daerah penyebaran populasi ternak sapi di Provinsi Sumatera Utara yang berpotensi untuk dikembangkan dalam memenuhi kebutuhan daging dengan melihat pertumbuhan populasi ternak yang tiap tahunnya bertambah. Dari data Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Langkat Dalam Angka pada tahun 2013 populasi sapi potong mencapai 152.115 ekor (Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, 2013).

Berkenaan dengan usaha sapi potong di Indonesia, yang menyangkut jalur pemasaran belum banyak diatur oleh pemerintah. Indikasi kearah itu, pemerintah belum sepenuhnya menyediakan infrastruktur dan sarana yang baik dibidang pemasaran. Infrastruktur dan sarana yang baik tentunya akan menunjang perkembangan dan kemajuan dalam pemasaran sapi potong. Masing-masing pelaku dalam jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran yaitu untuk memudahkan pemindahan suatu produk itu bergerak dari produsen sampai berada ditangan konsumen.

Jalur pemasaran yang tidak efisien disebabkan oleh relatif panjang jalur pemasaran yang menyebabkan kerugian baik bagi peternak maupun konsumen. Konsumen terbebani dengan beban biaya pemasaran yang besar untuk membayar dengan harga yang tinggi, sedangkan bagi peternak perolehan pendapatan menjadi lebih rendah karena harga penjualan yang diterima jauh lebih rendah. Dalam menciptakan sistem pemasaran yang efisien serta menguntungkan baik peternak maupun konsumen, maka peternak harus memilih jalur pemasaran yang pendek.

BAHAN DAN METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Batang Serangan, Kecamatan Besitang dan Kecamatan Sirapit di Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara mulai bulan Juli sampai dengan bulan September 2014.

Penentuan Responden Penelitian

Responden terdiri dari para peternak sapi di Kecamatan Batang Serangan, Kecamatan Besitang dan Kecamatan Sirapit di Kabupaten Langkat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan wawancara yaitu pengumpulan informasi dari responden dengan alat bantu kuisioner. Metode penarikan responden yang digunakan adalah sebagai berikut :

- I. Tahap pertama pemilihan 3 kecamatan yaitu Kecamatan Batang Serangan, Kecamatan Besitang dan Kecamatan Sirapit. Di setiap kecamatan tersebut diambil beberapa desa dengan metode penarikan responden secara *Proportional Stratified Random Sampling*. Wirartha (2006), yaitu desa yang kepadatan ternak sapi nya tinggi, sedang dan jarang tersebut ditentukan dengan melihat data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat dalam angka 2013 dipilih 3 desa setiap 3 kecamatan yaitu,
 1. Kecamatan Batang Serangan yang memiliki kepadatan ternak sapi nya tinggi (Desa Paluh Pakis BBS), sedang (Desa Sei Bamban), jarang (Desa Batang Serangan)
 2. Kecamatan Besitang yang memiliki kepadatan ternak sapi nya tinggi (Desa Halaban), sedang (Desa Bukit Selamat), jarang (Desa Kampung Lama)
 3. Kecamatan Sirapit yang memiliki kepadatan ternak sapi nya tinggi (Desa Siderejo), sedang (Desa Suka Pulung), jarang (Desa Sebertung)
- II. Tahap kedua pemilihan responden secara acak sederhana, diambil masing-masing 30% dari seluruh peternak dari setiap desa sampel. Wirartha (2006), menyatakan bahwa untuk penelitian yang akan menggunakan data statistik ukuran sampel paling kecil 30 % sudah dapat mewakili populasi. Dari masing-masing desa diperoleh jumlah peternak yang menjadi sample sebanyak :
 1. Desa Paluh Pakih BBS 150 peternak, maka jumlah sampel 45 peternak
 2. Desa Sei Bamban 130 peternak, maka jumlah sampel 39 peternak
 3. Desa Batang Serangan 90 peternak, maka jumlah sampel 27 peternak
 4. Desa Halaban 100 peternak, maka jumlah sampel 30 peternak
 5. Desa Bukit Selamat 80 peternak, maka jumlah sampel 24 peternak
 6. Desa Kampung Lama 50 peternak, maka jumlah sampel 15 peternak
 7. Desa Siderejo 63 peternak, maka jumlah sampel 19 peternak
 8. Desa Suka Pulung 46 peternak, maka jumlah sampel 14 peternak
 9. Desa Sebertung 30 peternak, maka jumlah sampel 6 peternak

Metode Analisis Efisiensi Pemasaran

Metode responden yang digunakan adalah metode survey dengan unit responden adalah pelaku pemasaran ternak sapi potong yaitu peternak, pengumpul, rumah potong hewan, pedagang pasar dan konsumen akhir. Dari masing-masing pasar responden dipilih secara accidental sampling yaitu responden pada saat didatangi ke pasar dan bersedia untuk diwawancarai serta memiliki data yang diperlukan (Soekartawi, 1996).

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

1. Data primer diperoleh dari monitoring terhadap kegiatan usaha ternak sapi potong melalui wawancara dan pengisian daftar kuisioner.
2. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat dan kantor kepala desa.

Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dilapangan diolah dan ditabulasi kemudian dibuat rataannya. Kemudian data rataannya dimasukkan kedalam neraca keuangan masing-masing peternak dan diambil rataannya pendapatan peternak.

Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis pendapatan dan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Pendapatan

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan

Pd : Total pendapatan atau keuntungan yang diperoleh usaha peternak sapi potong (rupiah/tahun)

TR : Adalah total *revenue* atau penerimaan yang diperoleh peternak sapi potong (rupiah/tahun)

TC : Biaya yang dikeluarkan peternak sapi potong (rupiah/tahun)

Jumlah pendapatan ditabulasi secara sederhana, yaitu dengan menghitung pendapatan peternak pada usaha beternak sapi potong terhadap pendapatan keluarga di daerah penelitian. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, maka untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dapat dilihat dengan menggunakan Model Pendekatan Teknik Ekonometri dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (alat bantu Software

Statistical Package for Sosial Sciences (SPSS 18)). Menurut Djalal dan Usman (2002), model pendugaan yang digunakan:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + \mu$$

Keterangan:

\hat{Y} : Pendapatan peternak (\hat{Y} :topi) yang dipengaruhi berbagai faktor dalam memelihara ternak sapi potong (rupiah)

a : Koefesien *intercept* (konstanta)

$b_1b_2b_3b_4b_5b_6$: Koefesien regresi

X_1 : Umur peternak (tahun)

X_2 : Tingkat pendidikan (tahun)

X_3 : Pengalaman beternak (tahun)

X_4 : Jumlah tanggungan keluarga (jiwa)

X_5 : Skala usaha (ekor)

X_6 : Biaya produksi (Rp.)

Variabel - variabel pada hipotesis diuji secara serempak dan parsial untuk mengetahui apakah variabel tersebut mempunyai pengaruh dominan atau tidak. Jika variabel tersebut berpengaruh secara serempak maka digunakan uji F yakni :

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah responden

k = Derajat bebas pembilang

n-k-1 = Derajat bebas penyebut

Kriteria uji :

F-hit \leq F-tabel..... H_0 diterima (H_1 ditolak)

F-hit \geq F-tabel..... H_0 ditolak (H_1 diterima)

Menurut Sudjana (2002), jika variabel berpengaruh secara parsial dapat diuji dengan uji t yakni :

$$T_{hit} = \frac{b_1}{Sb_1} \quad S^2_{y_{123}} = \frac{\sum (\hat{y} - y)^2}{n - k - 1}$$

$$S^2_{b_1} = \sqrt{\frac{S^2_{y_{123}}}{\sum X_i^2 (1 - R_i^2)}}$$

Keterangan:

- b = Parameter (i = 1,2,3)
- n-k-1 = Derajat bebas
- S²_{bi} = Standart error parameter b
- S²_{y₁₂₃} = Standart error estimates
- X_i = Variabel bebas (i = 1,2,3)

Kriteria uji :

t-hit < t-tabel.....H₀ diterima (H₁ ditolak)

t-hit > t-tabel.....H₀ ditolak (H₁ diterima)

- a. t- hitung > t tabel (taraf signifikan P ≤ 0,05) : H₀ ditolak, berarti koefisien regresi dari faktor tertentu berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
 - b. t- hitung ≤ t tabel (taraf signifikan P > 0,05) : H₀ diterima, berarti koefisien regresi dari faktor tertentu berpengaruh tidak nyata terhadap variabel terikat.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada pemasaran ternak sapi potong digunakan rumus:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

keterangan :

- EP = Efisiensi Pemasaran
- BP = Biaya Pemasaran (Rp/kg)
- NP = Nilai Produk (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, maka untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dengan menggunakan Model Pendekatan Ekonometri dengan

menggunakan analisis regresi linear berganda alat bantu *Software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 18) dapat dilihat Tabel 1. berikut :

Tabel 1. Analisis regresi linear berganda pengaruh umur peternak, tingkat pendidikan, pengalaman beternak, jumlah tanggungan keluarga, skala usaha, dan biaya produksi terhadap pendapatan peternak sapi potong di Kecamatan Batang Serangan, Kecamatan Besitang dan Kecamatan Sirapit Kabupaten Langkat

Variabel	Koefesien regresi	Std. Error	t-hitung	Signifikan
Konstanta	9193423.539	4877597.688	1.885	0.061
X ₁ (umur peternak)	-151049.705	87386.839	-1.729	0.085
X ₂ (tingkat pendidikan)	-692791.632	220184.747	-3.146	0.002
X ₃ (pengalaman beternak)	240529.820	127403.492	1.888	0.060
X ₄ (jumlah tanggungan keluarga)	234379.802	302996.955	0.774	0.440
X ₅ (skala usaha)	1987000.137	304963.160	6.516	0.000
X ₆ (biaya Produksi)	108	091	1.192	0.235
R square	0.549			
Regression	6.997E15			
Residual	5.756E15			
F-tabel (P=0.05)	2,12			
t-tabel (P=0.05)	1,971			

Berdasarkan Tabel 1. diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 9.193.423,539 + 151.049,705X_1 - 692.791,632X_2 + 240.529,820X_3 + 234.379,802X_4 + 1.987.000,137X_5 + 108X_6 + \mu$$

Keterangan:

\hat{Y} : Pendapatan usaha peternak sapi potong

X₁ : Umur peternak (tahun)

X₂ : Tingkat pendidikan (tahun)

X₃ : Pengalaman beternak (tahun)

X₄ : Jumlah tanggungan keluarga (jiwa)

X₅ : Skala Usaha (ekor)

X₆ : Biaya Produksi (Rp.)

μ : Variabel lain yang tidak diteliti

berdasarkan Hasil Regresi di atas diketahui:

1. Nilai Konstanta/*Interespt* adalah sebesar 9.193.423,539. Artinya apabila variabel bebas yaitu umur peternak, tingkat pendidikan, lama berternak, jumlah tanggungan keluarga, skala usaha dan biaya produksi dilakukan maka peternak sapi potong tetap akan menerima pendapatan sebesar nilai konstanta yaitu Rp. 9.193.423,539/tahun.
2. *R Square* bernilai 0,549 artinya bahwa semua variabel bebas umur peternak, tingkat pendidikan, pengalaman beternak, jumlah tanggungan keluarga, skala usaha dan biaya produksi mempengaruhi variabel terikat sebesar 54,9% dan selebihnya yaitu sebesar 45,1% dijelaskan oleh variabel lain (μ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Secara serempak nilai F-hitung (42,952) lebih besar dari F-tabel (2,12). Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak semua variabel bebas yaitu skala usaha, umur peternak, tingkat pendidikan, pengalaman beternak dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh secara nyata (berpengaruh positif) terhadap pendapatan peternak sapi potong dengan taraf signifikan 0,000^a dan pada taraf kepercayaan 95%.
4. Secara parsial nilai t-hitung variabel yang mempengaruhi adalah variabel umur peternak (-1,729), variabel tingkat pendidikan (-3,146), variabel pengalaman beternak (1,888), variabel jumlah tanggungan keluarga (0,774), variabel skala usaha (6,516) dan variabel biaya produksi (1,192).
 - a. Variabel umur peternak tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan usaha ternak sapi potong, jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung (X_1) sebesar -1,729 lebih kecil dari t-tabel ($P = 0,05$) yakni sebesar 1,971 variabel ini bernilai negatif karena disebabkan oleh kriteria umur peternak yang tidak mendorong peternak dalam mengembangkan usaha ternak sapi potong di Kecamatan Batang Serangan, Kecamatan Besitang dan Kecamatan Sirapit Kabupaten Langkat. Di daerah penelitian peternak yang berumur produktif tidak terlalu tekun dalam mengelola usaha ternak sapi potong karena masih menerapkan sistem berternak tradisonal. Sementara itu peternak yang berumur tidak produktif sudah tidak memiliki kinerja yang penuh lagi. Suratiyah (2009) mengemukakan bahwa umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggungjawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman.

- b. variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan peternak usaha sapi potong, jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan t-hitung (X_2) sebesar -3,146 lebih kecil dari ($P = 0,05$) yakni sebesar 1,971. Hal ini disebabkan peternak yang tingkat pendidikannya lebih tinggi seharusnya dapat meningkatkan lebih besar pendapatan peternak, namun kenyataan di daerah penelitian peternak enggan memanfaatkan inovasi dan teknologi baru dan masih menggunakan sistem beternak secara tradisional. Pendidikan peternak masih pendidikan formal bukan pendidikan yang khusus mempelajari ilmu dibidang peternakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Wiryono (1997) menyatakan bahwa model pendidikan yang digambarkan dalam pendidikan petani pendidikan formal yang acap kali mengasingkan pertanian dan realitas. Pendidikan petani yang dikembangkan adalah pendidikan yang memungkinkan tiap-tiap pribadi berkontak dengan orang lain, pekerjaan dan dengan dirinya sendiri (kebutuhan, perasaan, dorongan, saling memberi dan menerima, berbicara dan mendengarkan).
- c. Variabel pengalaman berternak tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan peternak sapi potong, jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% ditunjukkan nilai t-hitung (X_3) sebesar 1,888 lebih kecil dari nilai t-tabel ($P = 0,05$) yakni sebesar 1,971. Pada umumnya pengalaman berternak diperoleh dari orang tuanya secara turun-menurun. Di daerah penelitian menunjukkan pengalaman beternak yang cukup tinggi, seharusnya dengan pengalaman berternak yang cukup tinggi mampu menguasai tatalaksana berternak dengan baik seperti pemberian pakan, perawatan dan kebersihan kandang dan ternak, perawatan kesehatan ternak dan pencegahan penyakit. Namun pada kenyataannya tidak memberi pengaruh yang nyata pada pendapatan usaha ternak sapi potong karena masyarakat di daerah penelitian lebih memilih menggunakan tatalaksana kebiasaan lama dari sewaktu mengawali usahanya atau berternak secara tradisional dari pada menerapkan inovasi terbaru. Siregar (2009) menyatakan bahwa hal ini dapat disebabkan banyak peternak yang memiliki pengalaman yang memadai namun masih mengolah usulan tersebut dengan kebiasaan-kebiasaan lama yang sama dengan sewaktu mereka mengawali usahanya sampai sekarang.
- d. Variabel jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan usaha peternak sapi potong, jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan oleh t-hitung (X_4) sebesar 0,774 lebih kecil dari t-tabel ($P = 0.05$) yaitu sebesar 1,971.

Hal ini menunjukkan bahwa tanggungan keluarga peternak tidak dapat memberikan dorongan positif terhadap peningkatan pendapatan usaha ternak sapi potong dan cenderung meningkatkan kebutuhan keluarga. Hal ini sesuai dengan pernyataan Daniel (2002) menyatakan semakin besarnya jumlah anggota petani atau peternak akan semakin besar pula tuntutan kebutuhan keuangan rumah tangga. Besarnya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusaha tani. Keluarga yang memiliki sebidang tanah tetap saja jumlahnya semakin sempitnya dengan penambahan anggota secara terus-menerus, sementara kebutuhan akan diproduksi termasuk pangan semakin bertambah.

- e. Variabel skala usaha atau jumlah ternak sapi berpengaruh nyata terhadap pendapatan usaha ternak sapi potong, jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung (X_5) sebesar 6,516 lebih besar dari t-tabel ($P = 0,05$) yakni sebesar 1,971. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak ternak yang dipelihara oleh peternak maka akan semakin besar pendapatan yang akan diperoleh peternak sapi potong karena jumlah ternak sapi potong menentukan besar kecilnya pendapatan. Menurut Soekartawi (1995) bahwa pendapatan usaha ternak sapi potong sangat dipengaruhi oleh banyaknya ternak yang dijual oleh peternak itu sendiri sehingga semakin banyak jumlah ternak sapi potong maka semakin tinggi pendapatan bersih yang diperoleh.
- f. Biaya produksi tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan ternak sapi potong jika diukur pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung (X_6) sebesar 1,192 lebih kecil dari t-tabel ($P = 0,05$) yakni sebesar 1,971. Hal ini menunjukkan biaya obat-obatan, vitamin, dan lain-lain tidak dikhususkan untuk meningkatkan pendapatan usaha ternak melainkan untuk pencegahan penyakit dan untuk menghindarkan terjadinya perkawanan sedarah dan meningkatkan kualitas jenis ternak.

Arti dari nilai persamaan berikut adalah :

$$\hat{Y} = 9.193.423,539 + 151.049,705X_1 - 692.791,632X_2 + 240.529,820X_3 + 234.379,802X_4 + 1.987.000,137X_5 + 108X_6 + \mu$$

Berdasarkan model persamaan di atas dapat diinterpretasikan bahwa:

- a. Apabila variabel bebas umur peternak (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 tahun, maka akan terjadi penurunan pendapatan (Y) sebesar Rp.151.049,705.
- b. Apabila variabel bebas tingkat pendidikan (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 tahun, maka akan terjadi penurunan pendapatan peternak (Y) sebesar Rp. 692.791,632.

- c. Apabila variabel bebas pengalaman beternak (X_3) mengalami kenaikan sebesar 1 tahun, maka akan terjadi kenaikan peningkatan pendapatan peternak (Y) sebesar Rp. 240.529,820.
- d. Apabila variabel bebas jumlah tanggungan keluarga (X_4) mengalami peningkatan sebesar 1 orang, maka akan terjadi peningkatan pendapatan peternak (Y) sebesar Rp. 234.379,802.
- e. Apabila variabel skala usaha (X_5) mengalami peningkatan sebesar 1 ST, maka akan terjadi peningkatan pendapatan peternak (Y) sebesar Rp. 1.987.000,137
- f. Apabila variabel biaya produksi (X_6) mengalami peningkatan sebesar 1 tahun, maka akan terjadi peningkatan pendapatan peternak (Y) sebesar Rp.108.
- g. Apabila variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 yang dianalisis dianggap nol, maka peternak sapi potong akan mendapat pendapatan sebesar Rp. 9.193.423,539/tahun atau Rp. 766.118,628/bulan.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang ada di Kabupaten Langkat terdapat pola pemasaran yaitu:

- a. Pola I : Peternak – Pedagang Pasar – Konsumen
- b. Pola II : Peternak – Pedagang – Pengumpul – Pedagang Pasar – Konsumen
- c. Pola III: Peternak – Pedagang – Pengumpul– RPH – Pedagang – Pasar – Konsumen

Petani ternak sapi potong adalah petani ternak yang mengusahakan (berternak) sapi potong serta merupakan milik sendiri atau orang lain. Pedagang Pengumpul adalah kelompok pedagang yang kegiatannya membeli produksi dari produsen secara langsung atau melalui lembaga pemasaran lain kemudian dikumpulkan dan dijual kepada pedagang lain. RPH/jagal adalah orang/lembaga yang membeli sapi potong dalam keadaan hidup untuk dikonsumsi maupun dijual lagi dalam kondisi yang telah berubah bentuk. Pedagang pasar adalah kelompok pedagang yang kegiatannya memasarkan produk sapi potong kepada konsumen.

Efisiensi Pemasaran

Masalah pemasaran komoditi pertanian pada dasarnya adalah bagaimana menyalurkan produk-produk pertanian dari produsen kepada konsumen dengan harga yang wajar dan biaya pemasaran minimal. Menurut Soekartawi (1997), efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran.

Tabel 2. Efisiensi pemasaran daging sapi di Kabupaten Langkat

Pola Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp./kg berat hidup)	Harga Jual (Rp./kg berat hidup)	Efisiensi (%)
Pola I	Rp. 714	Rp. 45.000	1,5%
Pola II	Rp. 1.007	Rp. 44.000	2,2%
Pola III	Rp. 1.678	Rp. 45.000	3,72%

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa yang memiliki nilai efisiensi pemasaran terkecil adalah Pola 1 sebesar 1,5% dan pola pemasaran tertinggi pada Pola III sebesar 3,72% berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pola pemasaran paling efisien adalah Pola I. Hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pola I lebih kecil dibandingkan dengan pola II dan pola III. Dari Pola I, Pola II, dan Pola III sudah dikatakan efisien dalam pemasaran. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gray *et al.* (1996) menyatakan bahwa efisiensi pemasaran ditentukan oleh perbedaan harga di tingkat konsumen dengan peternak. Suatu jalur pemasaran dapat dikatakan efisien bila selisih harga antara peternak dan konsumen lebih kecil dari 30%.

KESIMPULAN

1. Skala usaha memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan pendapatan peternak sedangkan umur peternak, tingkat pendidikan, pengalaman beternak, jumlah tanggungan keluarga dan biaya produksi tidak memberikan peningkatan pendapatan peternak sapi potong di Kabupaten Langkat.
2. Pola pemasaran yang paling efisien adalah pola I. Hal ini disebabkan karena biaya yang dikeluarkan pada pola pemasaran I lebih kecil dan lembaga yang terlibat lebih sedikit dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik,. 2014. Kabupaten Langkat Dalam Angka 2013. BPS Kabupaten Langkat Sumatera Utara, Medan
- Daniel, M, 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Djalal, N., dan H. Usman. 2002. Penggunaan Teknik Ekonometri. Edisi I. Cetakan I. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Gray, C., L.K. Subur, P. Simanjuntak dan P. F. L. Maspaitella. 1996. Pengantar Evaluasi Proyek. Gramedia, Jakarta.
- Siregar, S.A., 2009. Analisis Pendapatan. USU Press. Medan.
- Soekartawi, A. 1995. Analisis Usahatani. UI Press, Jakarta.
- _____. 1996. Pembangunan Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudjana. 2002. Metode Statistika. Tarsito. Bandung
- Suratih, K., 2009. Ilmu Usaha Tani. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wirartha, I. M., 2006. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wiryo, 1997. Kekalahan Manusia Petani. Rineka Cipta. Yogyakarta.