

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemenuhan pangan bagi setiap individu menjadi salah satu prioritas pembangunan ekonomi dalam sistem ketahanan pangan. Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang ketersediaannya harus selalu terjamin secara cukup dari aspek kuantitas maupun kualitas secara merata dan berkelanjutan dengan pola konsumsi pangan yang beragam, bergizi, seimbang dan aman. Salah satu jenis komoditas pangan yang ikut berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan kecukupan gizi masyarakat Indonesia adalah daging sapi. Hal ini dikarenakan, daging sapi merupakan salah satu sumber protein hewani yang memiliki berbagai macam kandungan asam amino esensial dan asam lemak yang dibutuhkan tubuh serta membantu meningkatkan tingkat kecerdasan manusia (Ashari, 2012). Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebutuhan protein hewani menyebabkan konsumsi daging sapi di Indonesia semakin meningkat.

Tabel 1. Produksi, Konsumsi, Kesenjangan, Impor Sapi dan Daging Sapi di Indonesia Tahun 2007-2011

Tahun	Produksi (ton)	Konsumsi (ton)	Kesenjangan (ton)	Impor	
				Sapi (ekor)	Daging (ton)
2007	339.480	433.479	93.999	485.057	42.775
2008	392.511	489.391	96.880	686.726	50.196
2009	409.300	501.330	120.654	781.497	73.532
2010	436.500	529.954	64.830	702.219	105.740
2011	465.800	542.810	77.010	408.194	76.627
Rata-rata	408.718	499.393	90.675	612.739	50.741

Sumber : FAO, 2014

Berdasarkan Tabel 1, diketahui konsumsi daging sapi di Indonesia dari tahun 2007 sampai tahun 2011 terus mengalami peningkatan, peningkatan konsumsi daging sapi di Indonesia diikuti pula oleh produksi daging sapi di Indonesia. Rata-rata peningkatan produksi dan konsumsi daging sapi di Indonesia sebesar 6,65% dan 4,81% per tahun. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat pertumbuhan produksi daging sapi di Indonesia lebih besar daripada

tingkat pertumbuhan konsumsi daging sapi setiap tahunnya. Akan tetapi, dengan adanya pertumbuhan produksi daging sapi tersebut belum bisa memenuhi kebutuhan konsumsi daging sapi di Indonesia. Oleh karena itu untuk memenuhi seluruh kebutuhan konsumsi daging sapi di Indonesia, pemerintah melakukan impor sapi dan daging sapi. Dari Tabel 1, juga diketahui impor sapi dan daging sapi di Indonesia mengalami peningkatan yaitu masing-masing sebesar 0,67% dan 16,02% per tahun.

Kebijakan impor sapi dan daging sapi, pada mulanya dimaksudkan hanya untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan daging sapi lokal yang semakin meningkat (Direktorat Pangan dan Pertanian, 2010). Namun di beberapa daerah ternyata sapi dan daging sapi impor justru berpotensi mengganggu usaha agribisnis sapi potong. Hal ini dikarenakan, harga jual sapi dan daging sapi impor jauh lebih rendah dibanding harga jual sapi dan daging sapi lokal, karena manajemen budidaya ternak sapi potong di negara pengekspor sangat efisien jika dibandingkan manajemen budidaya di Indonesia. Impor sapi dan daging sapi di Indonesia sebagian besar dari Negara Australia, Amerika Serikat dan Selandia Baru. Data FAO (2014) menunjukkan dari tahun 2001 sampai tahun 2011 telah terjadi selisih harga yang cukup tinggi antara harga sapi dan daging sapi impor asal negara tersebut dengan harga sapi dan daging sapi lokal, yaitu harga sapi dan daging sapi impor dijual dengan harga yang lebih murah Rp 19.284/kg dan Rp 25.203/kg, sedangkan harga sapi dan daging sapi lokal dijual dengan harga Rp 26.210/kg dan Rp 45.204/kg. Oleh karena itu, masuknya daging sapi impor berdampak terhadap perkembangan usaha sapi potong di Indonesia, dimana harga jual daging sapi di tingkat produsen menjadi rendah sehingga menurunkan minat produsen untuk melakukan budidaya ternak sapi potong.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2013), Jawa Timur merupakan salah satu provinsi penghasil daging sapi terbesar di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi Jawa Timur terhadap jumlah produksi daging sapi nasional yang mencapai 23,17% di tahun 2011 (Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2012). Perkembangan populasi sapi potong di Jawa Timur dari tahun 2007 sampai tahun 2011 juga mengalami peningkatan, pada tahun 2007 jumlah populasi sapi potong sebesar 2.705.605 ekor kemudian meningkat sebesar 75,4%

menjadi 4.745.244 ekor pada tahun 2011. Potensi peternakan sapi potong yang dimiliki Jawa Timur tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut guna meningkatkan produksi daging sapi lokal untuk memenuhi konsumsi daging sapi nasional. Menurut Ilham (2009) salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produksi daging sapi lokal khususnya di Jawa Timur adalah dengan meningkatkan harga jual daging sapi di tingkat produsen agar menumbuhkan motivasi petani ternak dalam melakukan produksi daging sapi.

Menurut Fauzi dan Djajanegara (2012), petani ternak tradisional biasanya menjual sapi melalui para pedagang perantara di tingkat desa seperti blantik, pedagang lokal, pedagang besar dan baru ke pedagang pengecer. Panjangnya rantai pemasaran sapi akan menekan harga di tingkat produsen. Pola pemasaran sapi dipengaruhi oleh tingkat kelancaran informasi dan transportasi, terutama di daerah terpencil. Menurut Heryadi (2011), pola pemasaran sapi potong di Jawa Timur belum terbangun dengan baik dan efisien sejak dari petani ternak produsen, blantik, pedagang lokal, pedagang besar, dan pedagang pengecer sehingga rantai suplai tidak berjalan dengan lancar.

Tabel 2. Perbandingan Harga Daging Sapi di Tingkat Pedagang Besar, Pedagang Pengecer dan Produsen di Jawa Timur Tahun 2009-2013 (Rp/Kg)

Tahun	Pedagang Besar	R (%)	Pedagang Pengecer	R (%)	Produsen	R (%)
2009	54.050	0	57.968	0	31.379	0
2010	56.350	4,26	61.016	5,26	32.573	3,81
2011	62.367	10,68	66.760	9,41	32.379	-0,59
2012	69.409	11,29	72.340	8,36	33.530	3,55
2013	81.755	17,79	84.986	17,48	35.161	4,86
Rata-rata	64.786	8,80	68.614	8,10	33.004	2,33

Sumber : Dinas Peternakan Provinsi Jawa Timur, 2014

Keterangan : R = Menunjukkan perubahan
 + = Menunjukkan peningkatan
 - = Menunjukkan penurunan

Pada Tabel 2, dijelaskan mengenai perubahan harga daging sapi di Jawa Timur dari tahun 2009 sampai tahun 2013 antara pedagang besar, pedagang pengecer dan produsen. Jika dibandingkan harga daging sapi pada tahun 2010 antara pedagang besar, pedagang pengecer, dan produsen rata-rata mengalami peningkatan. Peningkatan tertinggi terjadi di tingkat pedagang besar kemudian

pedagang pengecer dan terendah di tingkat produsen. Pada tahun 2011 harga daging sapi di tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer mengalami peningkatan, akan tetapi di tingkat produsen mengalami penurunan. Pada tahun 2012 harga daging sapi antara pedagang besar, pedagang pengecer dan produsen sama-sama mengalami kenaikan, akan tetapi kenaikan terendah terjadi di tingkat produsen. Pada tahun 2013 harga daging sapi ditiga lembaga pemasaran daging sapi mengalami peningkatan. Peningkatan tertinggi berada di tingkat pedagang besar kemudian pedagang pengecer dan selanjutnya terendah di tingkat produsen.

Melihat data tersebut, perlu dilakukan analisis integrasi pasar di Jawa Timur, karena kenaikan harga daging sapi di tingkat produsen selalu lebih rendah dibandingkan kenaikan harga di tingkat lembaga pemasaran lainnya. Hal ini dapat dilihat dari data tahun 2009-2013 kenaikan harga daging sapi di tingkat produsen rata-rata hanya sebesar 2,33% per tahun sedangkan di tingkat pedagang besar terjadi kenaikan harga mencapai rata-rata 8,80% per tahun dan di tingkat pedagang pengecer sebesar 8,10% per tahun. Menurut Rapsomanikis *et al.* (2004), apabila pasar terintegrasi dengan kuat maka perubahan harga di suatu pasar akan mempengaruhi perubahan harga di pasar lain. Dengan kata lain, perubahan harga sekecil apapun yang terjadi pada suatu lembaga pemasaran akan segera ditransmisikan kepada lembaga pemasaran lainnya secara selaras, sehingga apabila pasar daging sapi di Jawa Timur terintegrasi maka besarnya kenaikan harga di tingkat pedagang besar dan pedagang pengecer akan diikuti pula oleh kenaikan harga di tingkat produsen dalam porsi yang sama.

Analisis integrasi pasar merupakan suatu cara untuk menganalisis dan mengetahui keterkaitan atau keterpaduan harga antar pasar. Menurut Kasimin (2009), analisis keterpaduan pasar diperlukan untuk melihat apakah perubahan harga produk di pasar konsumen akan mempengaruhi perubahan harga di pasar produsen. Analisis integrasi pasar daging sapi digunakan untuk menganalisis keterpaduan harga daging sapi antar lembaga pemasaran dalam perdagangan daging sapi di Jawa timur. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan analisis integrasi pasar untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau keterpaduan harga antara produsen dengan lembaga pemasaran yang terkait dalam pemasaran komoditas daging sapi dengan judul Analisis Integrasi Pasar Daging Sapi di Jawa

Timur sehingga informasi harga jual daging sapi dapat diketahui dengan baik sampai ke tingkat produsen.

1.2. Rumusan Masalah

Peningkatan produksi daging sapi lokal merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Peningkatan produksi daging sapi dalam negeri bahkan harus diarahkan menuju swasembada daging sapi. Hal tersebut merupakan salah satu program prioritas pemerintah dalam lima tahunan yang dimulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 untuk mewujudkan ketahanan pangan asal ternak berbasis sumber daya lokal. Faktor kelayakan harga memiliki peranan penting dalam peningkatan produksi daging sapi. Hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi variabel yang satu dengan variabel lainnya. Selama ini tidak adanya patokan harga daging sapi mengenai harga atap dan harga dasar mengakibatkan produsen sering dirugikan karena harga jual yang diterima oleh produsen cenderung rendah sehingga menghambat peningkatan produksi daging sapi di Jawa Timur. Oleh karena itu, peningkatan harga jual daging sapi di tingkat produsen dengan mewujudkan suatu integrasi pasar merupakan kunci utama dalam menumbuhkan motivasi petani ternak untuk meningkatkan produksi daging sapi.

Integrasi pasar adalah suatu keadaan dimana perubahan di suatu pasar disampaikan ke pasar-pasar lainnya. Integrasi pasar vertikal merupakan tingkat keterkaitan suatu lembaga pemasaran dengan lembaga pemasaran lainnya dalam satu unit rantai pemasaran (Barret, 2001). Suatu pasar dapat dikatakan terintegrasi secara vertikal, apabila perubahan harga pada salah satu lembaga pemasaran dapat disampaikan kepada lembaga pemasaran lainnya dalam suatu rantai pemasaran. Oleh karena itu, apabila pasar daging sapi di Jawa Timur terintegrasi maka tingginya kenaikan harga di tingkat pedagang besar dan di tingkat pedagang pengecer dapat ditransmisikan hingga ke tingkat produsen sehingga dapat meningkatkan harga jual produsen. Hal ini akan menjadi salah satu harapan untuk meningkatkan pendapatan produsen dan meningkatkan produksi daging sapi di Jawa Timur. Akan tetapi, permasalahan yang dihadapi terkait perubahan harga daging sapi di Jawa Timur yaitu antar lembaga pemasaran daging sapi belum

terintegrasi dengan baik. Hal ini dapat tercermin dari kenaikan harga yang terjadi di tingkat produsen selalu lebih rendah daripada kenaikan harga di tingkat pedagang besar dan di tingkat pedagang pengecer, sehingga produsen tidak termotivasi dalam melakukan produksi daging sapi.

Mengatasi perihal tersebut, upaya peningkatan harga jual daging sapi di tingkat produsen dengan mewujudkan suatu integrasi pasar merupakan kunci utama dalam mengembalikan motivasi petani ternak untuk memproduksi daging sapi sebagai usaha untuk meningkatkan produksi daging sapi. Adanya informasi yang baik, yaitu informasi yang mencakup keadaan pasar di tingkat pedagang besar sampai di tingkat produsen harus disebarkan kesemua pihak yang terkait seperti pedagang di semua rantai pemasaran, pedagang besar, pedagang pengecer serta produsen sehingga akan menunjang terbentuknya integrasi pasar yang kuat (Agustina, 2006).

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang besar dengan harga produsen?
2. Bagaimana integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang besar dengan harga pedagang pengecer?
3. Bagaimana integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang pengecer dengan harga produsen?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang besar dengan harga produsen.
2. Mengetahui integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang besar dengan harga pedagang pengecer.
3. Mengetahui integrasi pasar daging sapi antara harga pedagang pengecer dengan harga produsen.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain adalah :

1. Sebagai bahan informasi dalam memaparkan integrasi pasar pada komoditas daging sapi di Jawa Timur.
2. Sebagai sumber informasi kepada pemerintah dalam merumuskan kebijakan pengembangan industri daging sapi, khususnya terkait dengan kebijakan harga dalam rangka peningkatan pendapatan bagi produsen daging sapi.
3. Sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian tentang integrasi pasar.

