

Analisis Pemasaran Ternak Kerbau Rawa (*Bubalus bubalis carabauesis*) Di Desa Bararawa Kecamatan Paminggir Kabupaten Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan

Marketing Analysis Of Swamp Buffalo Livestock (*Bubalus bubalis carabauesis*) In Bararawa Village, Paminggir District, Hulu Sungsi Utara Regency, South Borneo Province

Anita Sari* Tintin Rostini* M.Irwan Zakir*

**Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kalimantan, NPM17410055*

**Dosen Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kalimantan, NIDN0008097001*

**Dosen Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1113096801
e-mail : anitasr458@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mempelajari karakteristik lembaga-lembaga pemasaran ternak kerbau, saluran pemasaran, margin pemasaran dan *farmer share* pemasaran ternak kerbau di Desa Bararawa Kecamatan Paminggir Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2022. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah penarikan sample peternak dengan menggunakan kaidah penelitian minimal 10% dari populasi, sedangkan sampel pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar ditentukan dengan metode sensus serta konsumen ditentukan dengan accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik yang digunakan adalah teknik wawancara yang dibantu oleh kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga pemasaran ternak kerbau yang terlibat di Desa Bararawa Kecamatan Paminggir Kabupaten Hulu Sungai Utara ada 4 yaitu Peternak, pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer yang berperan menyalurkan produk sampai ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian di Desa Bararawa memiliki empat Saluran Pemasaran, yaitu Saluran Pemasaran I (Peternak, Konsumen), Saluran Pemasaran II (Peternak, Pedagang Besar, Konsumen); Saluran Pemasaran III (Peternak, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Konsumen), Saluran Pemasaran IV (Peternak, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer dan Konsumen. Margin pemasaran terkecil terdapat pada saluran II dengan rasio keuntungan yang diterima peternak sebesar 83,60%.

Kata Kunci: *Kerbau rawa, saluran pemasaran, margin pemasaran dan farmer share*

ABSTRACT

This study aims to identify and study the characteristics of marketing institutions for buffalo livestock, marketing channels, marketing margins and farmer share for marketing buffalo cattle in Bararawa Village, Paminggir District, Hulu Sungai Utara Regency. This research was conducted from June to August 2022. The method used in data collection was the sampling of breeders using the research rule of at least 10% of the population, while the samples for collectors, retailers and wholesalers were determined by the census method and consumers were determined by accidental sampling. . Data collection was carried out using primary and secondary data. The technique used is an interview technique assisted by a questionnaire. The results showed that there were 4 buffalo livestock marketing institutions involved in Bararawa Village, Paminggir Subdistrict, Hulu Sungai Utara Regency, namely Breeders, Collector Traders, Wholesalers and Retailers whose role was to distribute the product to the final consumer. Based on the results of research in Bararawa Village, there are four marketing channels, namely Marketing Channel I (Breeders, Consumers), Marketing Channel II (Raiders, Wholesalers, Consumers); Marketing Channel III (Breeders, Collectors, Wholesalers, Consumers), Marketing Channel IV (Breeders, Collectors, Wholesalers, Retailers and Consumers. The smallest marketing margin is in channel II with a profit ratio received by farmers of 83.60% .

Keywords: *Swamp buffalo, marketing channel, marketing margin and farmer share*

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan. 2020. Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Dwiyanto, K. dan E. Handiwirawan. 2006. Strategi Pengembangan Ternak Kerbau: Aspek Penjaringan dan Distribusi. Pros, Lokarya Nasional Usaha Ternak Kerbau Mendukung Program Kecukupan Daging Sapi. Puslitbang Peternakan, Bogor.
- Emhar A.,Joni M.M.A.,Titin A., 2014. Analisis Rantai Pasokan (*Supply chain*) Daging Sapi Di Kabupaten Jember. Berkala Ilmiah PERTANIAN. Volume 1 (3) : pp 53-61.
- Gay, LR, Geoffrey E. Mills and Peter Airasian. 2009. Educational Research, Competencies for Analysis and Application. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rohaeni, E. S., A. Darmawan., R. Qomariah., A. Hamdan Dan A. Subhan. 2005. Inventarisasi Dan Karakteristik Kerbau Rawa Di Kalimantan Selatan. Laporan Akhir. BPTP Kalimantan Selatan. Banjarbaru.
- Rusdiana, S dan Kusumaningrum, A. 2018. Marjin Pemasaran Ternak Kerbau Ditingkat Peternak dan Pedagang Berdasarkan Harga Jual. Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan. Bogor.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.