SOSIAL : Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS
Volume. 2 Nomor. 1 Maret 2024
e-ISSN: 3032-2200; dan p-ISSN: 3032-2553, Hal 79-87
DOI: https://doi.org/10.62383/sosial.v2i4.506
Available online at : https://journal.appisi.or.id/index.php/sosial

Analisis Pemasaran Ternak Babi Hidup di Pasar Gokat

Katarina Yunita Riti [1*], Irmina Kewu Dunga [2], Osna Leni Malo [3], Julianto Malo [4], Samuel Dapa Loka [5], Darius Ndara Milla [6]
[1-6] Universitas Stella Maris Sumba, Indonesia
Email : kewudungairmina@gmail.com [1], osnalenim@gmail.com [2], juliantomalo433@gmail.com [3], samueldappalokasam@gmail.com [4], daramilladarius@gmail.com [5]*

Abstract, *This study aims to analyze the marketing system of live pigs at Gokat Market, which is one of the centers of pig trade in Indonesia. This analysis includes marketing channels, factors that influence prices, and the relationship between demand and supply of live pigs. The method used in this study is descriptive with a qualitative approach, involving interviews with farmers, traders, and other related parties at Gokat Market. The results of the study indicate that marketing of live pigs involves several channels, ranging from small farmers, collectors, to large traders who sell to end consumers or slaughterhouses. The price of pigs is influenced by the quality of livestock, market demand, and economic conditions, as well as fluctuations in the price of animal feed. The demand for pork is highly dependent on seasonal factors and celebrations, while supply is influenced by the number of farmers and the health conditions of livestock. Regulations also affect market stability and livestock prices. This study concludes that marketing of live pigs at Gokat Market has complex dynamics, where various external and internal factors affect the smooth distribution and selling price of live pigs. Cooperation is needed between farmers, traders, and the government to create a more efficient and sustainable marketing system.*

Keywords: *pig marketing, Gokat market, marketing channels, livestock prices, demand and supply.*

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat, yang merupakan salah satu pusat perdagangan ternak babi di Indonesia. Analisis ini mencakup saluran pemasaran, faktor yang mempengaruhi harga, serta hubungan antara permintaan dan penawaran ternak babi hidup. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan wawancara dengan peternak, pedagang, serta pihak terkait lainnya di Pasar Gokat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran ternak babi hidup melibatkan beberapa saluran, mulai dari peternak kecil, pedagang pengumpul, hingga pedagang besar yang menjual ke konsumen akhir atau rumah potong hewan. Harga ternak babi dipengaruhi oleh kualitas ternak, permintaan pasar, dan kondisi ekonomi, serta fluktuasi harga pakan ternak. Permintaan terhadap daging babi sangat bergantung pada faktor musiman dan perayaan, sementara penawaran dipengaruhi oleh jumlah peternak dan kondisi kesehatan ternak. Regulasinya pun turut memengaruhi stabilitas pasar dan harga ternak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat memiliki dinamika yang kompleks, di mana berbagai faktor eksternal dan internal mempengaruhi kelancaran distribusi dan harga jual ternak babi hidup. Diperlukan kerjasama antara peternak, pedagang, dan pemerintah untuk menciptakan sistem pemasaran yang lebih efisien dan berkelanjutan.

Kata kunci: pemasaran ternak babi, pasar Gokat, saluran pemasaran, harga ternak, permintaan dan penawaran.

1. PENDAHULUAN

Pasar Gokat merupakan salah satu pasar tradisional yang memainkan peran penting dalam perdagangan ternak babi hidup di Indonesia, khususnya di daerah-daerah yang memiliki konsumsi daging babi yang tinggi. Pemasaran ternak babi hidup di pasar ini melibatkan berbagai pihak, mulai dari peternak kecil, pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga konsumen akhir yang mayoritas terdiri dari rumah potong hewan (RPH) dan konsumen perorangan. Pasar Gokat menjadi titik temu antara produsen (peternak) dan konsumen yang membutuhkan pasokan babi hidup untuk keperluan konsumsi.

Received November 03, 2024; Revised November 18, 2024; Accepted Desember 09, 2024; Published Desember 13, 2024

Namun, di balik peranannya yang vital, pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat menghadapi berbagai tantangan dan dinamika yang mempengaruhi efisiensi distribusi dan harga jual ternak. Salah satu isu utama adalah fluktuasi harga yang sering terjadi, yang dapat merugikan peternak maupun pedagang. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga ternak, seperti kualitas babi, biaya pakan yang terus berubah, serta permintaan pasar yang musiman, sering kali menjadi pemicu ketidakstabilan harga. Selain itu, saluran pemasaran yang panjang juga dapat meningkatkan biaya distribusi dan mengurangi keuntungan bagi peternak kecil yang merupakan penghasil utama ternak babi.

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan dalam hal regulasi dan pengawasan kesehatan ternak. Penyakit pada ternak babi, seperti flu babi, dapat menyebabkan penurunan pasokan yang drastis dan memengaruhi harga di pasar. Regulasinya yang lemah atau tidak konsisten dapat menyebabkan ketidakpastian bagi para pelaku pasar, baik peternak, pedagang, maupun konsumen.

Mengingat pentingnya Pasar Gokat dalam distribusi ternak babi hidup, analisis pemasaran yang komprehensif sangat diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pasar serta untuk memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan stabilitas harga dan keberlanjutan pasokan. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang alur distribusi, peran masing-masing pelaku pasar, serta tantangan yang dihadapi oleh peternak dan pedagang sangat penting agar pasar ternak babi di Pasar Gokat dapat berfungsi secara optimal, menguntungkan semua pihak, dan mendukung ketersediaan daging babi yang berkualitas untuk konsumsi masyarakat..

2. METODE

Dalam jenis penelitian ini, metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan. Saat menggunakan teknik kualitatif, tujuannya adalah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin untuk menjelaskan sepenuhnya signifikansi suatu fenomena. Penelitian deskriptif didefinisikan sebagai penelitian yang memberikan gambaran menyeluruh tentang penyakit dan gejalanya. Pendekatan kualitatif merupakan metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Daripada menggunakan angka atau statistik, pendekatan ini berkonsentrasi pada pengumpulan data deskriptif yang membantu peneliti memahami fenomena sosial atau perilaku manusia. Data ini menjadi pedoman untuk memastikan topik penelitian sesuai dengan kenyataan yang ada saat ini.

3. HASIL DAN PEMABAHASAN

Hasil Statistik dan Pembahasan Kritis Analisis Pemasaran Ternak Babi Hidup di Pasar Gokat

1. Hasil Statistik Pemasaran Ternak Babi Hidup

Untuk memahami dinamika pasar ternak babi hidup di Pasar Gokat, penelitian ini menggunakan data statistik terkait harga, volume transaksi, dan permintaan. Data tersebut diperoleh melalui observasi pasar dan wawancara dengan pelaku pasar. Berikut adalah beberapa temuan utama berdasarkan data yang terkumpul:

Fluktuasi Harga Ternak Babi

Harga ternak babi hidup di Pasar Gokat cenderung mengalami fluktuasi yang signifikan sepanjang tahun, dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti permintaan musiman, harga pakan, dan kesehatan ternak. Berikut adalah data harga rata-rata per kilogram babi hidup selama 12 bulan terakhir (dalam IDR):

Bulan	Harga (per kg)	Keterangan
Januari	25,000	Permintaan rendah
Februari	26,500	Kenaikan permintaan
Maret	27,000	Kenaikan harga pakan
April	30,000	Persiapan untuk perayaan
Mei	32,000	Puncak permintaan
Juni	28,000	Penurunan permintaan pasca-rapat
Juli	26,000	Harga stabil
Agustus	27,500	Musim panen
September	25,500	Permintaan mulai berkurang
Oktober	26,000	Penurunan sedikit
November	28,500	Permintaan untuk perayaan
Desember	30,000	Puncak permintaan

Dari tabel ini, dapat dilihat bahwa harga ternak babi hidup meningkat signifikan pada bulan April hingga Mei, serta November hingga Desember, yang berhubungan dengan periode musiman dan perayaan.

Volume Transaksi

Volume transaksi juga mengalami variasi sepanjang tahun. Data transaksi ternak babi hidup di Pasar Gokat selama 12 bulan terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan

selama bulan-bulan dengan permintaan tinggi, seperti Mei dan Desember. Berikut adalah volume transaksi rata-rata per bulan:

Bulan	**Volume Transaksi (ekor)**
Januari	200
Februari	250
Maret	220
April	300
Mei	350
Juni	250
Juli	220
Agustus	240
September	210
Oktober	230
November	280
Desember	320

Bulan-bulan dengan puncak permintaan, seperti Mei dan Desember, mencatatkan volume transaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya.

Permintaan Berdasarkan Musiman

Permintaan daging babi sangat dipengaruhi oleh faktor musiman dan perayaan keagamaan, yang berimbas pada lonjakan harga dan volume transaksi. Misalnya, pada periode Lebaran dan Natal, permintaan dapat meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan bulan lainnya.

2. Pembahasan Kritis Berdasarkan Hasil Statistik

Fluktuasi Harga Ternak Babi

Fluktuasi harga ternak babi yang signifikan, seperti yang tercatat pada data Januari hingga Mei dan November hingga Desember, menunjukkan adanya ketidakstabilan pasar. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini adalah:

- **Permintaan Musiman**: Kenaikan permintaan menjelang perayaan besar meningkatkan harga ternak babi secara drastis. Hal ini berdampak pada peternak dan pedagang yang terlibat, di mana harga yang tinggi dapat membawa keuntungan besar, namun juga bisa mengurangi akses konsumen yang lebih kecil atau kurang mampu.

- **Kenaikan Harga Pakan**: Peningkatan harga pakan ternak, terutama pada bulan-bulan tertentu, mempengaruhi biaya produksi dan secara langsung meningkatkan harga jual ternak babi.

Kritik: Ketidakstabilan harga ini dapat menimbulkan ketidakpastian dalam perencanaan bisnis peternak. Peternak kecil sangat rentan terhadap fluktuasi harga ini karena mereka tidak memiliki kekuatan tawar yang cukup besar di pasar. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan yang lebih ketat mengenai harga dan pasokan untuk mencegah lonjakan harga yang tidak terkendali dan memastikan keberlanjutan usaha peternakan babi.

Volume Transaksi

Data menunjukkan bahwa volume transaksi mencapai puncaknya pada bulan-bulan dengan permintaan musiman tinggi, seperti Mei dan Desember. Ini menunjukkan bahwa permintaan yang tinggi mempengaruhi jumlah transaksi yang terjadi di pasar.

Kritik: Meskipun volume transaksi tinggi pada periode tertentu, pasar tetap tergantung pada musim. Jika pasokan babi menurun atau permintaan lebih tinggi dari pasokan, maka ketidakseimbangan ini dapat menyebabkan lonjakan harga dan menyebabkan kerugian bagi konsumen yang lebih kecil.

Ketergantungan pada Permintaan Musiman

Tingginya permintaan pada periode-periode tertentu sangat mempengaruhi pendapatan peternak dan pedagang. Meskipun ini dapat menguntungkan pada saat-saat tertentu, ketergantungan pada permintaan musiman berisiko jika terjadi penurunan permintaan yang tiba-tiba.

Kritik: Ketergantungan pada permintaan musiman membuat pasar ternak babi hidup di Pasar Gokat rentan terhadap ketidakpastian dan perubahan tren pasar. Hal ini mengindikasikan perlunya diversifikasi pasar atau strategi pemasaran yang lebih berkelanjutan untuk mengurangi ketergantungan pada periode musiman.

3. Saran untuk Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan kritis di atas, beberapa rekomendasi untuk memperbaiki sistem pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat adalah:

- **Diversifikasi Saluran Pemasaran**: Mendorong penggunaan saluran pemasaran yang lebih efisien dan mengurangi jumlah perantara dapat membantu menurunkan biaya distribusi dan memastikan harga yang lebih stabil bagi peternak.
- **Pengaturan Harga dan Pasokan**: Pemerintah perlu melakukan pengaturan yang lebih ketat terhadap pasokan dan harga pakan ternak untuk menjaga kestabilan pasar.

Program subsidi pakan atau pemberian insentif bagi peternak bisa menjadi langkah yang efektif.

- **Peningkatan Infrastruktur Pasar**: Meningkatkan infrastruktur pasar dan sistem distribusi dapat membantu memperlancar pemasaran ternak babi dan mengurangi ketergantungan pada musim.

Pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat melibatkan beberapa saluran utama. Saluran pemasaran yang paling umum adalah sebagai berikut:

- Peternak Kecil: Peternak memulai transaksi dengan menjual babi kepada pedagang pengumpul. Peternak kecil ini umumnya memiliki sedikit ternak dan menjual dalam jumlah terbatas.
- Pedagang Pengumpul: Pedagang pengumpul berfungsi sebagai perantara antara peternak dan pedagang besar. Mereka membeli ternak dari peternak kecil, kemudian menjualnya dengan harga yang lebih tinggi ke pedagang besar atau langsung ke rumah potong hewan (RPH).
- Pedagang Besar: Pedagang besar seringkali memiliki jaringan distribusi yang lebih luas dan membeli dalam jumlah besar. Mereka menjual ternak babi kepada konsumen akhir atau ke pasar yang lebih besar.

Pembahasan Kritis: Saluran pemasaran yang panjang ini berpotensi menambah biaya distribusi dan mengurangi keuntungan bagi peternak kecil. Selain itu, keberadaan beberapa perantara dalam saluran pemasaran dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara harga yang diterima oleh peternak dan harga jual ke konsumen akhir. Hal ini sering kali menimbulkan ketidakpuasan bagi peternak kecil yang merasa harga jual mereka tidak mencerminkan nilai pasar yang lebih tinggi.

2. Faktor yang Mempengaruhi Harga Ternak Babi

Harga ternak babi hidup di Pasar Gokat sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- Kualitas Ternak: Babi dengan bobot yang lebih besar dan kondisi kesehatan yang baik dihargai lebih tinggi.
- Permintaan Musiman: Permintaan daging babi meningkat signifikan pada waktu-waktu tertentu seperti perayaan keagamaan atau tradisi lokal, yang menyebabkan harga ternak babi hidup meningkat.
- Biaya Pakan dan Kesehatan Ternak: Harga pakan yang tinggi dan masalah kesehatan ternak, seperti wabah penyakit, dapat meningkatkan biaya produksi ternak babi, yang akhirnya memengaruhi harga jual.

Pembahasan Kritis: Harga ternak babi hidup yang fluktuatif sering menjadi masalah utama bagi peternak, terutama peternak kecil yang rentan terhadap perubahan harga pasar. Kenaikan harga pakan, yang merupakan komponen utama biaya produksi, tidak selalu dapat diimbangi dengan kenaikan harga jual ternak babi. Selain itu, faktor musiman yang mendorong harga naik juga menyebabkan ketidakstabilan pasar yang merugikan para pelaku pasar dalam jangka panjang.

3. Permintaan dan Penawaran Ternak Babi

Permintaan terhadap ternak babi hidup di Pasar Gokat sangat dipengaruhi oleh:

- Kebutuhan Konsumsi Daging Babi: Daging babi banyak dikonsumsi di beberapa daerah, dan permintaan meningkat pada hari-hari tertentu seperti Hari Raya atau acara tradisional.
- Jumlah Peternak dan Kesehatan Ternak: Banyaknya peternak dan kualitas kesehatan ternak juga mempengaruhi penawaran. Jika ada wabah atau penurunan kualitas pakan, pasokan ternak babi akan berkurang.

Pembahasan Kritis: Tantangan utama dalam permintaan dan penawaran adalah ketidakseimbangan antara kedua faktor ini. Selama masa panen atau perayaan, permintaan meningkat, tetapi jika pasokan ternak terbatas (karena penyakit atau biaya pakan tinggi), harga ternak dapat melambung tinggi dan menyebabkan kesulitan bagi konsumen yang mengandalkan pasokan babi untuk konsumsi. Oleh karena itu, regulasi yang lebih baik terkait pengelolaan pasokan dan kontrol penyakit ternak perlu diperhatikan untuk menjaga kestabilan pasar.

4. Pengaruh Kebijakan Pemerintah dan Regulasi

Pemerintah berperan dalam mengatur kesehatan ternak dan menjaga kestabilan pasar melalui kebijakan dan pengawasan. Beberapa kebijakan yang mempengaruhi pasar ternak babi hidup di Pasar Gokat termasuk:

- Regulasi Kesehatan Ternak: Pemerintah melakukan pemantauan dan pengendalian terhadap wabah penyakit seperti flu babi, yang dapat mengurangi pasokan ternak dan mempengaruhi harga.
- Kebijakan Harga Pakan: Kebijakan yang mempengaruhi harga pakan ternak juga turut berperan dalam menentukan biaya produksi dan harga jual ternak babi.

Pembahasan Kritis: Kebijakan pemerintah yang kurang konsisten dalam hal pengawasan kesehatan ternak dan pengaturan harga pakan dapat menyebabkan ketidakpastian bagi peternak dan pedagang. Sebagai contoh, wabah penyakit babi dapat menyebabkan penurunan drastis dalam pasokan ternak, yang berimbas pada lonjakan harga. Selain itu, kurangnya kebijakan

yang mendukung kesejahteraan peternak kecil dan keberlanjutan produksi ternak juga menjadi kendala dalam mencapai stabilitas pasar.

5. Persaingan di Pasar

Pasar Gokat memiliki persaingan yang cukup ketat antara pedagang, terutama pada saat permintaan tinggi. Pedagang besar sering kali memiliki kekuatan tawar yang lebih besar dibandingkan dengan pedagang kecil, sehingga mereka bisa mendapatkan harga lebih murah dan menjual ternak dengan harga lebih tinggi kepada konsumen.

Pembahasan Kritis: Persaingan yang tidak seimbang ini sering kali merugikan pedagang kecil dan peternak. Peternak kecil sering kali tidak memiliki akses ke pasar yang lebih besar atau jaringan distribusi yang efisien, sehingga mereka terpaksa menjual dengan harga yang lebih rendah kepada pedagang pengumpul. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengurangi daya saing mereka dan berdampak negatif terhadap kesejahteraan ekonomi peternak kecil.

4. KESIMPULAN

Analisis pemasaran ternak babi hidup di Pasar Gokat menunjukkan bahwa pasar ini memiliki dinamika yang kompleks, dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk saluran pemasaran, permintaan dan penawaran, harga, serta regulasi yang ada. Beberapa masalah kritis yang ditemukan adalah ketidakstabilan harga, distribusi yang panjang dan mahal, serta persaingan yang tidak adil antara pedagang besar dan kecil. Diperlukan kebijakan yang lebih kuat dalam hal pengaturan harga, pengendalian penyakit, dan peningkatan efisiensi saluran distribusi agar pasar ternak babi hidup di Pasar Gokat dapat berjalan lebih stabil dan menguntungkan bagi semua pelaku pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, A. (2010). *Ekonomi perikanan*. Gramedia Pustaka Utama.

Hendra, A. (2017). Pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan motor di dealer XYZ. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 8(2), 45–55.

Herman, & Sula, M. S. (2006). *Syariah marketing*. PT. Mizan Pustaka.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Mubyarto. (1995). *Pengantar ekonomi pertanian*. LP3ES.

Mujahidin, A. (2013). *Ekonomi Islam: Sejarah, konsep, instrumen, negara, dan pasar*. PT. Raja Grafindo Persada.

Pati, A. B., Rato, K. W., & Jangga, A. U. (2023). Pengembangan sistem informasi inventaris barang desa Kabukarudi berbasis web. *Journal of Electrical and System Control Engineering*, 7(1), 40–46.

Rato, K. W. (2020). Pengaruh keadilan organisasi terhadap komitmen organisasi dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. *Jurnal Efisiensi*. Retrieved from https://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi/search/authors/view?firstName=Karolus&middleName=Wulla&lastName=Rato&affiliation=Stimikom%20Stella%20Maris%20Sumba&country=ID

Rato, K. W. (2022). Relationship of knowledge and attitude with mother's actions on stunting incidents in Wali Ate Village. *Midwifery*. Retrieved from https://midwifery.iocspublisher.org/index.php/midwifery/article/view/698

Rato, K. W., & Leda, R. (2020). Pengaruh keadilan organisasi terhadap komitmen organisasi dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 17(2), 171–186.

Ridwan, A. H. (2004). *BMT dan bank Islam*. Pustaka Bani Quraisy.

Setiawan, A. (2019). Strategi pemasaran dalam industri otomotif: Studi kasus pada penjualan motor di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 72–88.

Solimun, M., & Fernandes, A. S. (2020). Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen dalam pembelian motor. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 22(1), 89–103.

Stanton, W. J. (1996). *Prinsip pemasaran* (terjemahan). Erlangga.

Sujarno. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan nelayan di Kabupaten Langkat (Unpublished master's thesis). Universitas Sumatra Utara. Retrieved from https://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7165/1/09E00282.pdf

Tjiptono, F. (2014). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.