

**ANALISIS PEMASARAN SUSU SEGAR
DI KECAMATAN JATINOM KABUPATEN KLATEN**

SKRIPSI

Jurusan/Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis



Oleh :

IVANA NURLAILA

H 1308505

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

**ANALISIS PEMASARAN SUSU SEGAR
DI KECAMATAN JATINOM KABUPATEN KLATEN**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian
Di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

**Jurusan/Program Studi
Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis**



Oleh :

IVANA NURLAILA

H 1308505

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

**ANALISIS PEMASARAN SUSU SEGAR
DI KECAMATAN JATINOM KABUPATEN KLATEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

IVANA NURLAILA

H 1308505

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada tanggal : 22 Oktober 2010

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Anggota I

Anggota II

Ir. Sugiharti Mulya H. MP
NIP. 19650626 199003 2 001

Setyowati, SP. MP
NIP. 19710322 199601 2 001

Wiwit Rahayu, SP. MP
NIP. 19630514 199202 1 001

Surakarta, 2010

Mengetahui,

Universitas Sebelas Maret

Fakultas Pertanian

Dekan

Prof. Dr. Ir. H. Suntoro, MS
NIP. 19951217 198203 1 003

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul Analisis Pemasaran Susu Segar Di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat pendidikan Strata Satu pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan bimbingannya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Suntoro, MS. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Ir. Agustono, M.Si selaku pembimbing akademik Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Ir. Sugiharti Mulya H, MP selaku dosen pembimbing utama skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberikan saran dan kritik kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Setyowati, SP. MP selaku dosen pembimbing II skripsi atas saran, bimbingan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Wiwit Rahayu, SP. MP selaku pembimbing III skripsi yang telah memberikan saran, masukan, dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini menjadi lebih sempurna.
6. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta atas ilmu yang telah diberikan dan bantuannya selama masa kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
7. Kepala Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten, Koordinator dan staff Dinas Pertanian Kecamatan Jatinom, Kantor Desa Kayumas atas bantuan dan kerjasamanya selama dilokasi penelitian.
8. Seluruh pengurus dan staff KUD Jatinom yang memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di wilayah KUD Jatinom.

9. Seluruh pengurus sub kelompok ternak di Desa Kayumas dan responden peternak maupun pedagang perantara yang telah banyak membantu penulis dalam pengumpulan data.
10. Bapak, ibu dan kakakku tercinta yang selalu memberikan yang terbaik bagi penulis baik doa dan dorongan, kasih sayang, perhatian dan segalanya yang tak pernah terbalas.
11. Teman-temanku di Kantor Kecamatan Jatinom dan penyuluh pertanian BPP Pertanian Kecamatan Jatinom yang telah membantu dan memberikan dukungan, motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabatku yang paling kucintai dan kusayangi Ade, Rinda, Nike, Desy, Asrina, Bayu, Rani, dan Rika yang selalu mendoakanku, menemaniku, mendukungku, atas kasih sayang dan perhatian, kebersamaan, dan keceriaan selama ini dapat bertahan selamanya, sukses selalu buat kalian semua.
13. Teman-teman program studi sosial ekonomi pertanian 2006 dan 2007 atas nasehat dan dukungannya selama penulisan skripsi.
14. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sampai selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Surakarta, 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY..	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
II. LANDASAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Tinjauan Pustaka.....	10
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	20
D. Pembatasan Masalah.....	24
E. Hipotesis	24
F. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel	24
III. METODE PENELITIAN	27
A. Metode Dasar Penelitian.....	27
B. Metode Pengumpulan Data.....	27
1. Pengambilan Lokasi Penelitian	27
2. Metode Pengambilan Responden.....	29
3. Metode Penentuan Lembaga Pemasaran.....	29
C. Jenis dan Sumber Data.....	30
1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Wawancara.....	30
2. Observasi.....	30
3. Pencatatan	30
E. Metode Analisis Data.....	31
1. Biaya Pemasaran	31
2. Keuntungan Pemasaran.....	31

3. Marjin Pemasaran.....	32
4. Efisiensi Pemasaran	32
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	34
A. Keadaan Alam.....	34
1. Lokasi Daerah Penelitian	34
2. Keadaan Iklim	37
B. Keadaan Penduduk	39
1. Keadaan Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin	39
2. Keadaan Penduduk Menurut Pendidikan	40
3. Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian	41
4. Keadaan Pertanian dan Peternakan	42
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Identitas Peternak Responden	45
2. Identitas Lembaga Pemasaran.....	51
3. Fungsi Lembaga Pemasaran Susu Segar.....	55
4. Saluran Pemasaran	61
5. Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran Susu Segar	63
6. Efisiensi Pemasaran Susu Segar.....	68
B. Pembahasan	70
1. Saluran dan Lembaga Pemasaran Susu Segar.....	70
2. Fungsi Lembaga Pemasaran Susu Segar	72
3. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Susu Segar	75
4. Efisiensi Pemasaran Susu Segar.....	77
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Kandungan Zat Gizi Susu Segar.....	2
Tabel 2.	Jumlah Produksi Susu Segar di Kabupaten Klaten Tahun 2004 - 2008	3
Tabel 3.	Standar Kualitas Susu Segar Menurut SNI 01-3141-1992.....	13
Tabel 4.	Jumlah Populasi Sapi Perah Per Kecamatan di Kabupaten Klaten Tahun 2009	28
Tabel 5.	Jumlah Sapi Perah Per Desa di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten Tahun 2009	28
Tabel 6.	Banyaknya Dukuh, Kelurahan, RT dan RW di Kecamatan Jatinom	35
Tabel 7.	Jenis Penggunaan Lahan Desa Kayumas	36
Tabel 8.	Banyaknya Hari Hujan dan Curah Hujan di Kecamatan Jatinom Tahun 2008.....	38
Tabel 9.	Komposisi Penduduk Menurut Umur di Kecamatan Jatinom dan Desa Kayumas Tahun 2009.....	39
Tabel 10.	Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Jatinom dan Desa Kayumas Tahun 2009	40
Tabel 11.	Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Kayumas Tahun 2009.....	41
Tabel 12.	Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Kayumas Tahun 2009	42
Tabel 13.	Luas dan Produktivitas Komoditas Pertanian di Desa Kayumas Tahun 2009.....	43
Tabel 14.	Jenis Hewan Ternak di Desa Kayumas Tahun 2009	44
Tabel 15.	Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Umur di Desa Kayumas Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	46
Tabel 16.	Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Desa Kayumas Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	47
Tabel 17.	Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Kayumas Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	48
Tabel 18.	Jumlah dan Persentase Peternak Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha Ternak Sapi Perah di Desa Kayumas.....	48

Tabel 19. Jumlah dan Persentase Peternak Responden Berdasarkan Jumlah Sapi Perah di Desa Kayumas Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	49
Tabel 20. Identitas Lembaga Pemasaran Susu Segar pada Pedagang Pengumpul di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	52
Tabel 21. Identitas Lembaga Pemasaran Susu Segar pada Pedagang Perantara/KUD di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	53
Tabel 22. Identitas Lembaga Pemasaran Susu Segar pada Pedagang Pengecer di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten.....	54
Tabel 23. Fungsi-Fungsi Pemasaran Susu Segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	55
Tabel 24. Jumlah Peternak Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	63
Tabel 25. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Susu Segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten Pada Pola Saluran Pemasaran I	64
Tabel 26. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Susu Segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten Pada Pola Saluran Pemasaran II	67
Tabel 27. Efisiensi Ekonomi Saluran Pemasaran Susu Segar	69

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Skema Pola Saluran Pemasaran Susu Kedelai di Kabupaten Semarang.....	8
Gambar 2.	Skema Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	23
Gambar 3.	Bagan Saluran Pemasaran Susu Segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Identitas Peternak Susu Segar.....	82
Lampiran 2.	Identitas Pedagang Susu Segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten.....	83
Lampiran 3.	Jumlah Ternak Sapi yang Dimiliki Peternak Susu Segar di Desa Kayumas Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten	84
Lampiran 4.	Jumlah Ternak Sapi Perah Dapat Diperah, Tidak Dapat Diperah, Produksi, dan Produktifitas Susu Segar Pada Saluran Pemasaran I Dalam 10 hari	85
Lampiran 5.	Jumlah Ternak Sapi Perah Dapat Diperah, Tidak Dapat Diperah, Produksi, dan Produktifitas Susu Segar Pada Saluran Pemasaran II Dalam 10 hari	86
Lampiran 6.	Kegiatan Pemasaran Susu Segar Pada Saluran Pemasaran I Dalam 1 Hari, 2 Kali Transaksi	87
Lampiran 7.	Kegiatan Pemasaran Susu Segar Pada Saluran Pemasaran II Dalam 1 Hari, 2 Kali Transaksi	88
Lampiran 8.	Kegiatan Pembelian Dan Penjualan Pedagang Perantara Susu Segar Pada Saluran Pemasaran I, Dalam 1 Bulan.....	89
Lampiran 9.	Kegiatan Pembelian dan Penjualan Pedagang Pengumpul Susu Segar Pada Saluran Pemasaran II, Dalam 1 Bulan.....	90
Lampiran 10.	Volume Pembelian Susu Segar KUD Jatinom, Kecamatan Jatinom, Kabupaten Klaten Tahun 2010.....	91
Lampiran 11.	Volume Penjualan Susu Segar KUD Jatinom ke Konsumen dan IPS, Kecamatan Jatinom, Kabupaten Klaten Tahun 2010	91
Lampiran 12.	Efisiensi Pemasaran Dilihat dari Marjin Pemasaran dan Farmer's Share	92
Lampiran 13.	Surat Ijin Penelitian/Survey	93
Lampiran 14.	Kuisisioner Penelitian Produsen Susu Segar	94
Lampiran 15.	Kuisioner Penelitian Lembaga Pemasaran Susu Segar	98
Lampiran 16.	Foto Penelitian.....	99

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran susu segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten (2) mengetahui tugas dan fungsi lembaga pemasaran susu segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten (3) menganalisis besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran susu segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten (4) menganalisis tingkat efisiensi ekonomis sistem pemasaran susu segar di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik. Secara sengaja (*purposive sampling*) penelitian dilaksanakan di Kecamatan Jatinom dan daerah penelitian diambil Desa Kayumas. Sampel peternak yang diambil sebanyak 30 peternak sapi perah dan metode pengambilan sampel peternak secara *simple random sampling*. Sedangkan pengambilan sampel pedagang secara *snowball sampling* yaitu terdiri dari 2 pedagang pengumpul, 3 pedagang pengecer dan 1 pedagang perantara. Data yang diambil adalah data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua pola saluran pemasaran susu segar yaitu, saluran I: Peternak → TPS → KUD → IPS, *Home Industry*, Pedagang Pengecer, dan Konsumen. Saluran II : Peternak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Luar Kecamatan Jatinom. Fungsi-fungsi pemasaran yaitu melakukan sub fungsi pembelian dan penjualan, pengangkutan, penanggungan resiko penyimpanan sementara dan menyampaikan informasi tentang harga kepada pihak yang membutuhkan (konsumen).

Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari kedua saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten maka saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran susu segar yang lebih efisien karena mempunyai margin pemasaran rendah yaitu 50,00 % dan mempunyai nilai *farmer's share* tinggi yaitu 98,30 %. Dari hasil penelitian dapat disarankan Meskipun di saluran pemasaran II efisiensi pemasarannya lebih tinggi dari saluran pemasaran I, akan tetapi sebaiknya peternak menyalurkan susu segarnya di saluran pemasaran I, karena selain di saluran I peternak lebih dimudahkan dalam sarana produksinya (seperti kredit sapi dan pakan), peternak juga dimudahkan jaminan pemasaran susu segar untuk jangka panjang.

SUMMARY

The aims of the research are (1) To determine the marketing channels of fresh milk in the Jatinom district of Klaten regency (2) To determine the duties and functions of fresh milk marketing agencies in the Jatinom district of Klaten regency (3) To analyze the cost, profit and marketing margins of fresh milk in the Jatinom district of Klaten regency (4) To analyze the economic efficiency of marketing system of fresh milk in the Jatinom district of Klaten regency.

The basic method of the research is descriptive analitic. Intentionally (*purposive sampling*), the research was conducted in Jatinom district and the research area was taken in Kayumas village. The sample of the farmers were taken by 30 milking-cow farmers and the method of taking farmers sampling was *simple random sampling*, while the taking merchant sampling was used *snowball sampling*. It was consists of two merchant collections, three merchant retailers, and a merchant middlemen. The data were taken from primary data and secondary data by interviewing techniques, recording and observation.

The result of the research shows that there are two patterns of fresh milk marketing channels; the first channel is farmer → TPS → KUD → IPS and *home industry* (the outer wholesaler of Jatinom Didtrict), merchant retailers, and consumers. The second channel is farmer → merchant collector → the outer merchants of Jatinom district. The duties and functions of marketing agency are performing the function of buying, selling, transportating, risk of temporary storing and delivering the price information to those who need it (consumers).

Viewed from the economically efficiency both marketing channels in the Jatinom district of Klaten regency. It is concluded that the second channel is the most efficient of fresh milk marketing channels because it has low marketing margins (50,00%) and high farmer's share value (98.30 %). Based on the result of the research, it cpuld be suggested although the efficiency of the second marketing channel was higher than the first marketing channel but it is better if the farmer pass the fresh milk in the first marketing channel because the farmer was easier in the production facility (like cow's credit and feeds), the marketing process and it is also well provided for long term.