

# KEBIJAKAN PENGENDALIAN HARGA DAGING SAPI NASIONAL

## *Policy on National Beef Price Control*

**Nyak Ilham**

*Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian  
Jl. A. Yani No. 70 Bogor 16161*

### ABSTRACT

Beef is an internationally traded commodity. Demand for beef in Indonesia keeps growing and it leads to increased gap between its low production and high consumption. The impact is an increasing trend of domestic beef price even though its international price tends to decrease. Increased price of beef does not affect the higher-income group but it may induce the prices of chicken meat and egg. So far, chicken meat and eggs are nutritious food with relatively low prices. Increased prices of chicken meat and egg may threaten food security and, thus, it is necessary to manage meat price. This paper describes whether meat price control is feasible to implement. Besides upper-stream sector management, in the long term it is necessary to start changing the current trade orientation from cow livestock to beef. Therefore, support is needed in terms of regulations on livestock trade, domestic beef, and import.

**Key words** : *beef, livestock, cattle*

### ABSTRAK

Daging sapi merupakan produk yang diperdagangkan di pasar internasional. Di Indonesia permintaan terhadap daging sapi terus meningkat sehingga senjang produksi dan konsumsi terus membesar. Akibatnya harga daging sapi di pasar domestik terus meningkat naik. Sebagai negara importir, kondisi harga daging sapi di pasar internasional yang cenderung turun tidak mampu menekan kenaikan harga di pasar domestik. Bagi konsumen pendapatan tinggi, kenaikan harga tersebut bukan merupakan masalah, namun kenaikan harga daging sapi dapat berdampak pada kenaikan harga daging dan telur ayam. Padahal diketahui selama ini daging dan telur ayam merupakan bahan pangan bergizi dengan harga relatif murah. Jika harganya juga ikut naik maka dapat mengancam ketahanan pangan. Karena itu dipandang perlu melakukan pengendalian harga daging. Tulisan ini akan memaparkan apakah pengendalian harga layak dan mungkin dilakukan. Selain pembenahan di sektor hulu, dalam jangka panjang dan perlu dilakukan mulai sekarang adalah merubah arah perdagangan dari ternak sapi menjadi daging sapi. Untuk itu diperlukan dukungan berbagai peraturan perdagangan ternak dan daging sapi domestik dan impor.

**Kata kunci** : *daging sapi, peternakan, ternak sapi*

## PENDAHULUAN

Tulang punggung industri sapi potong nasional adalah peternakan rakyat yang tersebar di seluruh daerah di Indonesia. Sejak tahun 1991, usaha penggemukan sapi potong skala besar mulai ada dan saat ini keberadaannya mampu memasok sekitar 30 persen kebutuhan daging sapi nasional. Usaha tersebut umumnya mengandalkan sapi bakalan yang diimpor dari Australia. Namun, keberadaan usaha skala besar tersebut belum mampu menghilangkan senjang permintaan dan penawaran, sehingga kenaikan harga daging sapi cenderung terus meningkat dari waktu ke waktu.

Sentra produsen sapi potong yang tersebar pada berbagai daerah dan sebagian besar bermuara pada sentra konsumen DKI Jakarta dan Jawa Barat membentuk pola distribusi sedemikian rupa sehingga harga eceran daging sapi pada beberapa daerah di pasar domestik bergerak harmonis dengan perbedaan margin tertentu. Namun, sebagai negara pengimpor daging dan sapi dari Australia dan Selandia Baru, pergerakan harga produsen daging sapi di Indonesia dengan harga daging sapi di kedua negara tersebut cenderung tidak harmonis (Depdag, 2006). Harga paritas impor eceran daging sapi cenderung turun, sedangkan harga eceran domestik cenderung naik. *Divergensi* ini terjadi sejak Juli hingga Nopember 2008 (Badan Litbang Depdag, 2008).

Berbagai komponen biaya tataniaga seperti retribusi, pungutan liar, susut berat badan ternak selama transportasi, biaya transportasi yang tinggi menyebabkan biaya pemasaran makin tinggi dan mendorong harga daging sapi domestik terus meningkat. Ironisnya, harga daging sapi impor dan daging sapi dari sapi eks impor ikut meningkat sesuai harga daging sapi domestik, sehingga harga daging sapi secara agregat selalu meningkat.

Faktor lain yang juga turut mendorong kenaikan harga daging sapi adalah keberadaan program penyebaran ternak sapi oleh berbagai instansi yang pengadaannya bersumber dari pasar hewan domestik. Kebutuhan sapi untuk program tersebut direspon pedagang dengan menaikkan harga jual sapi. Kenaikan harga ini mendorong naiknya harga sapi untuk keperluan pemotongan sehingga pada gilirannya menaikkan harga daging sapi di pasar.

Dari aspek konsumsi, berdasarkan budaya (jenis masakan dan gengsi) dan rasa, posisi daging sapi tidak tergantikan dengan daging lain. Ketersediaan daging sapi selalu dibutuhkan baik pada kelompok kelas pendapatan tinggi, sedang maupun rendah. Perilaku konsumen yang demikian menyebabkan harga daging sapi terus meningkat. Pemicu kenaikan harga terutama terjadi saat menjelang hari besar keagamaan seperti menjelang bulan puasa dan hari raya.

Jika tidak dikendalikan, fenomena tersebut dapat mengarah pada ketidakadilan pasar. Paling tidak ada lima pelaku pasar yang terlibat yaitu peternak, pedagang sapi antar daerah, importir ternak dan daging sapi, konsumen,

dan pemerintah. Tulisan ini akan memaparkan apakah kebijakan pengendalian harga layak dan mungkin dilakukan.

## **DASAR PERTIMBANGAN**

Urgensi upaya pengendalian harga daging sapi karena kenaikan harga daging sapi dapat merembet pada kenaikan harga daging dan telur ayam. Kedua kelompok komoditas tersebut saling berhubungan baik sebagai komplemen maupun substitusi. Padahal diketahui selama ini daging dan telur ayam merupakan bahan pangan bergizi dengan harga relatif murah. Sudah banyak kalangan menengah ke bawah yang mampu mengakses bahan pangan tersebut. Jika harganya juga ikut naik maka dapat mengancam ketahanan pangan penduduk kelompok ini yang pangsanya mencapai 80 persen dari total penduduk nasional.

Peran pemerintah lebih bersifat regulasi dan pendukung dalam pembangunan peternakan dengan tujuan utama untuk menyejahterakan masyarakat. Salah satu peran yang harus dilakukan adalah menentukan arah kebijakan. Namun demikian dalam memutuskan kebijakan diperlukan pendapat para pemangku kepentingan sehingga hasilnya akan efektif. Karena untuk mencapai keseimbangan, kedua unsur tersebut, yaitu pemerintah bertindak sebagai pemasok kebijakan (supplier) harus memperhatikan pemangku kepentingan yang bertindak sebagai penerima kebijakan.

## **DINAMIKA KEBIJAKAN TATANIAGA SAPI POTONG**

Pada tahun 1970-1980 Indonesia merupakan negara pengekspor ternak sapi dan kerbau, dengan negara tujuan antara lain Singapura dan Hongkong (Bentara *Online*, 2009). Beberapa daerah sumber ternak ekspor tersebut adalah NAD, Bali, NTB dan NTT. Namun, dengan alasan permintaan dalam negeri terus meningkat, sejak tahun 1979 pemerintah mengambil kebijakan untuk menghentikan ekspor ternak sapi dan kerbau (Ditjennak, 1990).

Pertumbuhan ekonomi yang tinggi di DKI dan Jawa Barat, menjadikan daerah ini sebagai sentra konsumsi utama daging sapi. Untuk mencukupi kebutuhan daerah sentra konsumsi, mempertimbangkan kemampuan produksi daerah sentra produksi sehingga tidak menguras populasi, dan menjaga fluktuasi harga maka pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Peternakan di masa lalu pernah melakukan pengendalian tataniaga perdagangan ternak sapi dan kerbau. Aturan dalam bentuk SK Dirjen Peternakan tersebut diterbitkan setiap tahun yang berisi alokasi ternak untuk daerah DKI berdasarkan daerah pasokan.

Untuk mendukung tataniaga ternak dan daging sapi tersebut, pemerintah pusat bekerjasama dengan Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Dalam hal ini Pemda

DKI Jakarta menyediakan infrastruktur pemasaran dalam bentuk Perusahaan Daerah Dharma Jaya. Perusahaan ini bergerak pada usaha: jasa pemotongan ternak, pasar ternak, perdagangan ternak dan daging, pergudangan dan industri daging serta hasil ikutannya (Anonymous, 1991). Selain berfungsi sebagai infrastruktur pasar untuk mengendalikan penawaran dan permintaan, keberadaan lembaga ini juga mampu mendidik konsumen mengenal berbagai kualitas potongan daging sapi seperti *sirloin*, *tenderloin*, dan *topside*. Selain itu juga mampu merubah perilaku konsumen dari membeli daging segar menjadi daging beku.

Pada tahun 1995 melalui Paket Mei, pemerintah mengikuti komitmen kesepakatan perdagangan internasional dengan cara membuka diri terhadap produk dan komoditas pertanian impor. Langkah konkritnya pemerintah menurunkan tarif impor produk ternak sapi dari 10 menjadi 5 persen dan menurunkan tarif impor komoditas sapi bibit dan sapi bakalan dari 5 menjadi nol persen. Pada 1998, atas desakan dan tekanan IMF, melalui Inpres No 2 dengan alasan peningkatan daya saing maka disepakati segala hambatan perdagangan yang terjadi di wilayah Indonesia harus dihapuskan, termasuk perdagangan sapi.

Namun pada daerah tertentu muncul pungutan baru dengan sebutan sumbangan pihak ketiga. Pungutan tersebut makin meningkat dengan adanya UU No 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah. Menurut Mayrowani *et al.* (2003), Kebijakan Otonomi Daerah mendorong pemerintah daerah meningkatkan pendapatan asli daerah sehingga muncul berbagai retribusi yang tumpang tindih dan tidak konsisten antar wilayah dalam kegiatan perdagangan komoditas sapi potong. Akibatnya biaya perdagangan meningkat, efisiensi perdagangan menurun dan daya saing di sentra konsumsi menurun

Inkonsistensi kebijakan perdagangan internasional dan perdagangan antar wilayah menyebabkan daya saing produk dan komoditas pertanian dari daerah sentra produksi kalah dengan produk dan komoditas pertanian impor di daerah sentra produksi. Fakta ini sangat nyata pada komoditas dan produk sapi. Pangsa impor semakin meningkat dan tujuan pasar tidak lagi untuk hotel dan restoran berbintang, tetapi sudah masuk pasar becek baik di sentra konsumsi maupun sentra produksi.

Laju permintaan daging sapi yang lebih tinggi dari laju pasokan domestik menyebabkan harga daging sapi domestik terus meningkat, hingga pasokan impor terus makin membesar. Ironinya harga impor yang lebih murah justru menyesuaikan dengan harga domestik yang cenderung naik (Depdag, 2008). Kenaikan harga tersebut ternyata tidak banyak dinikmati petani dan dapat berdampak terhadap: (1) peningkatan inflasi, (2) pengurangan populasi sapi nasional, dan (3) mendorong kenaikan harga daging ayam.

Dengan alasan seperti yang diutarakan di atas, pemerintah layak dan memungkinkan untuk meninjau ulang khususnya kebijakan tataniaga ternak dan daging sapi, dan industri sapi potong pada umumnya. Kebijakan tersebut

diharapkan mampu mengendalikan harga daging sapi yang terus cenderung meningkat.

## **PELAKU DAN RANTAI PEMASARAN TERNAK DAN DAGING SAPI**

Organisasi pasar (*roles*) dan aturan main (*rule*) menentukan seberapa banyak pelaku yang terlibat dan bagaimana proses transaksi terjadi. Dengan demikian walaupun komoditas yang diperdagangkan sama, organisasi pasar dapat jadi berbeda (Tordjman, 1998). Hal ini terjadi pada pasar sapi potong di Indonesia. Faktor yang membedakan antara lain: keterlibatan makelar, cara bayar, penentuan berat badan yang akan menentukan nilai produk, besaran biaya jasa pasar hewan dan lain-lain. Organisasi dan aturan main suatu pasar direpresentasikan dari saluran tataniaga.

Jumlah pelaku yang terlibat dalam pemasaran ternak dan daging sapi bervariasi antar daerah. Dari berbagai studi yang pernah dilakukan, pelaku yang terlibat adalah: peternak/*feedloter*, pedagang pengumpul desa, makelar di pasar hewan tertentu, pedagang antar provinsi (antar pulau), importir daging, distributor daging/pedagang pejalag, pengecer *wetmarket*, *supermarket*, *meatshop*, dan pedagang keliling.

Beberapa hasil penelitian memperlihatkan pola saluran tataniga di daerah sentra produksi sapi potong relatif lebih banyak melibatkan pedagang ternak sapi. Sebaliknya di daerah sentra konsumsi lebih banyak melibatkan pedagang daging sapi. Rantai tataniaga yang panjang sejak dari daerah produsen menyebabkan jalur tataniaga ternak sapi di daerah sentra konsumsi menjadi relatif pendek, namun rantai tataniaga produk daging menjadi relatif panjang. Apalagi sudah ada jaringan kerja antar pedagang yang didukung dengan alat komunikasi seluler, pejalag sapi (distributor daging) di sentra konsumsi dapat langsung memesan sapi dengan pedagang di sentra produksi.

Banyaknya pelaku pasar sejak dari sentra produksi dan konsumsi menyebabkan besarnya margin keuntungan, tingginya biaya pemasaran dan penurunan berat badan sapi sehingga konsumen harus membayar harga daging menjadi lebih mahal. Untuk mengatasi ini, diperlukan pengaturan tataniaga ternak sapi antar daerah menjadi perdagangan daging antar daerah. Khusus untuk kebutuhan Hari Raya Idul Qurban diberlakukan fleksibilitas aturan dengan memperbolehkan perdagangan sapi hidup. Dengan cara ini, selain dapat menekan harga, juga meningkatkan nilai tambah akibat meningkatnya aktivitas ekonomi sapi potong di daerah sentra produksi.

Upaya tersebut bukan berarti menghilangkan peluang ekonomi di sentra konsumsi. Sebagai contoh, keberadaan Perusahaan Dharma Jaya fungsi awalnya sebagai pengelola rumah potong hewan (RPH) dan pasar ternak perlu dibangkitkan kembali dengan fungsi lebih mengarah kepada depo daging utama dan industri pengolahan daging.

## INFRASTRUKTUR PASAR

Sentra konsumsi daging sapi yang terpusat di DKI dan Jabar, sedangkan sentra produksi sapi potong tersebar di beberapa daerah membutuhkan sarana dan prasarana transportasi dalam kegiatan perdagangan sapi potong antar daerah. Tuntutan selera sebagian besar masyarakat yang lebih menyukai daging segar dibandingkan daging olahan (beku dan kaleng) mengharuskan perdagangan tersebut sebagian besar masih dalam bentuk ternak hidup. Selama ini sarana transportasi yang digunakan mencakup angkutan darat yaitu truk dan kereta api serta angkutan laut. Diperkirakan untuk mencapai sentra konsumsi, penyusutan berat badan sapi yang berasal dari Jawa sekitar 5 persen dan dari luar Jawa sekitar 10,5 persen (Ilham dan Yusdja, 2004). Selain kerugian akibat susut, kerugian lain disebabkan belum ada penataan sistem transportasi sapi potong, menyebabkan biaya pemasaran yang tinggi baik yang diakibatkan oleh ketidakteraturan jadwal angkutan laut, sistem angkutan yang bersifat paket (*lumpiness*) dan pungutan resmi dan tidak resmi yang semakin meningkat dan sulit dihindari.

Angkutan truk banyak digunakan sebagai rangkaian aktivitas transportasi dari sentra produksi ke sentra konsumsi. Misalnya ternak sapi dari NTB dan NTT yang diangkut melalui laut hingga ke Pelabuhan Laut Kalimas Surabaya, kemudian dilanjutkan dengan angkutan truk ke Jawa Barat dan DKI Jakarta. Pada daerah-daerah tertentu (Sumatra – Jawa; Sulawesi Selatan – Kalimantan Timur) angkutan darat ini didukung oleh angkutan penyeberangan dengan menggunakan K.M. Ferry. Fasilitas ini dalam beberapa hal mempunyai kelebihan karena jadwal angkutan darat dapat dilakukan kapan saja, dibandingkan menggunakan jalur laut yang jadwalnya tidak teratur.

Untuk jalur Surabaya ke Jakarta, alternatif angkutan yang dapat digunakan adalah gerbong kereta api. Ada beberapa kelebihan menggunakan jasa angkutan kereta api dibandingkan truk (Ilham dan Yusdja, 2004). Pertama, resiko kecelakaan kereta api tanggungan PJKA, namun kasusnya jarang sekali. Kedua, selama angkutan kereta api tidak ada pungli. Ketiga, ongkos relatif murah, untuk tujuan Kalimas – Cibitung, yaitu Rp 30.795,- per ekor dengan kereta api, sedangkan dengan truk antara Rp 50.000,- sampai Rp 62.500,- per ekor. Namun, penggunaan kereta api terus menurun. Menurut PT. KAI penurunan ini karena usaha tersebut sudah tidak efisien karena arah Surabaya ke Jakarta mengangkut sapi dan arah sebaliknya tidak lagi mengangkut baja dari Cilegon karena menyebabkan kerusakan gerbong.

Selain sarana transportasi, distribusi ternak dan daging sapi dari produsen hingga ke konsumen membutuhkan infrastruktur pemasaran yang tidak sedikit, tergantung pada daerah asal sapi. Infrastruktur yang digunakan untuk pemasaran ternak dan daging sapi dari sentra produksi ke sentra konsumsi adalah: pasar hewan, *holding ground*, *check poin* antar daerah, karantina daerah pemberangkatan, pelabuhan laut pemberangkatan (Pelindo), Administrasi

Pelabuhan pemberangkatan (ADPEL), ekspedisi laut kapal laut, ekspedisi darat, PJKA, RPH, coldstorage, dan pasar daging (*wetmarket*, *supermarket*, dan *meatshop*)

Infrastruktur pasar hewan tidak terdapat pada setiap daerah, padahal keberadaannya diperlukan sebagai rujukan harga bagi petani dan pedagang. Namun pada daerah tertentu seperti Canplong-Kupang, Selagalas-Mataram dan Grobogan, keberadaan pasar hewan melibatkan makelar yang berarti juga menambah biaya pemasaran. Demikian juga keberadaan *holdingground* yang dikelola Dinas Peternakan dan Karantina pada daerah yang sama merupakan tumpang tindih yang menambah biaya pemasaran.

Makin panjang jarak tempuh pengangkutan ternak dari sentra produksi ke sentra konsumsi makin banyak membutuhkan infrastruktur. Dengan demikian makin membutuhkan biaya yang lebih besar, karena dengan anggapan pedagang sapi merupakan pedagang bermodal besar, selain dikenakan berbagai pungutan resmi untuk PAD (pendapatan asli daerah) banyak juga pungutan tak resmi yang dikeluarkan. Namun jika sistem pemasaran dan perubahan bentuk dari ternak ke daging ditata maka diharapkan akan menjadi lebih sederhana dan murah.

Ada dua hal penting lain yang terkait dengan perilaku dan kebiasaan yaitu: (1) penentuan berat badan untuk ternak sapi siap potong dengan sistem taksasi (taksir) dan (2) sapi *glonggong*. Dua kondisi ini merupakan bentuk-bentuk perdagangan yang tidak adil. Seorang pejagal dengan pengalamannya bisa menaksir berat badan sapi hidup menjadi karkas dengan kesalahan yang kecil. Sebaliknya pedagang sapi atau peternak sulit melakukan penaksiran dengan lebih tepat. Ketidakberlakuan sistem timbang dalam menentukan berat badan dapat disebabkan tidak adanya timbangan atau memang sengaja tidak dikembangkan karena ada pihak yang diuntungkan dengan menggunakan sistem taksir. Oleh karena itu penentuan berat badan untuk menentukan harga harus lebih ditingkatkan. Untuk itu keberadaan timbangan pada pasar-pasar ternak perlu dilakukan.

Sapi *glonggong* adalah memberikan minum sapi secara berlebihan sebelum dipotong dengan tujuan meningkatkan berat daging saat dijual di pasar. Cara ini menyalahi aturan. Namun sejak perkembangannya pertama tahun 1980an di Ampel Boyolali, kini sapi *glonggong* berkembang pada beberapa daerah lain di Jawa termasuk Jawa Timur. Apalagi saat ini, dengan makin banyaknya pasokan daging sapi eks impor ke pasar tradisional dengan harga relatif murah menyebabkan harga sapi lokal kalah bersaing. Karena itu dengan sapi *glonggong* harga daging sapi lokal bisa dijual lebih murah. Konsumen tertentu sadar kalau daging tersebut berasal dari sapi *glonggong*, namun karena tergiur harga murah maka daging sapi *glonggong* masih tetap ada peminatnya. Pada kasus ini diperlukan peran pemerintah baik dalam penerapan tindakan hukum terhadap pelaku sapi *glonggong* dan pengaturan harga daging sapi eks impor melalui pengaturan tarif impor.

## **Marjin Pemasaran**

Dua komponen utama marjin pemasaran adalah keuntungan dan biaya pemasaran yang terdiri dari berbagai macam biaya. Sebagai kasus, berbagai item pungutan yang dikeluarkan pedagang sapi potong dari pasar hewan di Kabupaten Magetan hingga ke kios daging di Kota Bandung adalah: retribusi desa, retribusi pasar hewan, Surat Keterangan Pemeriksaan Kesehatan Hewan, oknum petugas, Retribusi penggunaan jalan (TPR), jembatan timbang lintas antar provinsi, pos pemeriksaan kesehatan hewan, retribusi RPH dan retribusi kios daging (Mayrowani *et al.*, 2003).

Menurut Ilham dan Yusdja (2004), persentase biaya pemasaran sapi potong berkisar antara 2,30 – 9,08 persen. Persentase biaya transportasi merupakan komponen utama dalam biaya pemasaran. Biaya pemasaran yang mahal pada kasus Sulawesi Selatan dan NTB, selain jarak tempuh yang jauh sehingga harus mengeluarkan ongkos angkut yang lebih mahal, juga komponen-komponen biaya yang harus dibayar pedagang baik yang resmi berupa jasa dan pungutan resmi dan yang tidak resmi.

## **IMPLIKASI KEBIJAKAN**

Kebijakan pengendalian harga antara lain dapat dilakukan dengan membenahan tataniaga ternak dan daging sapi domestik sejak dari daerah sentra produsen hingga daerah konsumen. Disamping harus ada sinkronisasi antar kebijakan perdagangan internasional, dalam hal ini impor ternak dan daging sapi, dengan perdagangan dalam negeri. Pada perdagangan dalam negeri ada dua opsi kebijakan yang dapat ditempuh:

### **1. Mengalihkan perdagangan ternak sapi menjadi daging sapi**

Pada tahap awal, perdagangan ternak sapi dari luar Jawa ke Jawa diubah menjadi perdagangan daging sapi. Tahap selanjutnya, secara bertahap hal yang sama juga dilakukan untuk perdagangan ternak sapi dari Jawa Tengah, DIY, dan Jawa Timur ke Jakarta dan Jawa Barat.

Untuk kebutuhan ternak hidup saat Idul Adha dibolehkan perdagangan ternak sapi baik dari Jawa maupun luar Jawa dengan mengatur alokasi dari masing-masing sentra produksi. Demikian juga untuk kebutuhan rutin untuk kebutuhan Kalimantan pada tahap awal dibolehkan perdagangan ternak sapi. Namun jika hal itu menyebabkan arah perdagangan sapi hidup dari luar Jawa ke Jawa beralih ke Kalimantan maka perdagangan ke Kalimantan juga diubah ke bentuk daging sapi, kecuali untuk kebutuhan Idul Adha.

Untuk menjalankan kebijakan tersebut, strategi yang perlu dilakukan antara lain:



- a. Meningkatkan kualitas, fasilitas, dan memfungsikan RPH di sentra produksi sebagai unit pengolah ternak sapi menjadi daging sapi dan hasil ikutannya serta memberi keyakinan pada konsumen akan kehalalannya.
- b. Menyiapkan sarana transportasi daging yang relatif murah namun terjamin kebersihannya.
- c. Membatasi pungutan resmi dalam sistem distribusi sejak dari peternak hingga ke konsumen.
- d. Menghilangkan pungutan tak resmi dalam sistem distribusi sejak dari peternak hingga ke konsumen.
- e. Memfungsikan Perusahaan Daerah seperti RPH Dharma Jaya dengan fasilitasnya sebagai bagian dari sistem distribusi daging di daerah sentra konsumsi.
- f. Membangun jaringan pemasaran sebagai bagian dari Dharma Jaya dalam bentuk outlet baik di *supermarket*, *wetmarket*, maupun *meatshop*.
- g. Mengusahakan agar harga daging beku domestik lebih murah dibandingkan dengan harga daging segar domestik. Terutama di saat permintaan tinggi dengan sistem stok memanfaatkan coldstorage yang ada pada RPH Dharma Jaya.
- h. Memberlakukan penjualan daging sapi dengan segmentasi harga dan konsumen sesuai kualitas potongan daging (*sirloin*, *tenderloin*, *rump*, *chuck*, dan lain-lain) dengan tujuan meningkatkan daya saing dengan tidak mengurangi pendapatan peternak.
- i. Memonitor daya saing daging sapi domestik dengan daging impor dan mengendalikannya dengan kebijakan tarif impor.

## **2. Meningkatkan efisiensi perdagangan ternak dan daging sapi**

Karena opsi pertama membutuhkan adaptasi perubahan perilaku konsumen, maka pencapaiannya membutuhkan waktu dan bertahap. Karena itu pada tahap awal kebijakan opsi kedua ini dapat dilakukan. Untuk mencapainya, strategi yang perlu dilakukan adalah:

- a. Memfungsikan kembali kereta api sebagai alat angkutan ternak murah dari Jawa Timur sebagai daerah transit angkutan ternak dari kawasan timur Indonesia maupun daerah Jatim sendiri sebagai sentra produksi menuju sentra konsumsi di Jakarta dan Jawa Barat.
- b. Membatasi pungutan resmi dalam sistem distribusi sejak dari peternak hingga ke konsumen. Maksimal hanya dua titik di daerah sentra produksi untuk perdagangan antar pulau yaitu Pasar Hewan dan Karantina dan satu titik di sentra konsumsi yaitu di kandang RPH yang juga berfungsi sebagai pasar hewan.
- c. Menghilangkan pungutan tak resmi dalam sistem distribusi sejak dari peternak hingga ke konsumen.
- d. Memfungsikan Perusahaan daerah seperti Dharma Jaya dengan fasilitasnya sebagai bagian dari sistem distribusi daging di daerah sentra konsumsi.

- e. Membangun jaringan pemasaran sebagai bagian dari Dharma Jaya dalam bentuk outlet baik di *supermarket*, *wetmarket*, maupun *meatshop*.
- f. Mengusahakan agar harga daging beku domestik lebih murah dibandingkan dengan harga daging segar domestik. Terutama di saat permintaan tinggi dengan sistem stok memanfaatkan *coldstorage* yang ada pada Dharma Jaya.
- g. Lakukan segmentasi harga dan konsumen sesuai kualitas potongan daging dengan tujuan meningkatkan daya saing dengan tidak mengurangi pendapatan peternak.
- h. Monitor daya saing daging sapi domestik dengan daging impor. Bila diperlukan pemerintah dapat menggunakan kebijakan tarif.

## PENUTUP

Uraian di atas hanya mencakup sektor hulu dari sistem agribisnis sapi potong. Pada sektor hilir juga dapat dilakukan pembenahan untuk meningkatkan daya saing daging sapi domestik dibandingkan dengan daging sapi eks impor. Upaya tersebut dapat dilakukan pada aspek teknis dan kelembagaan usaha.

Pada aspek teknis peningkatan populasi dapat dilakukan dengan menekan penyakit ternak sapi seperti brucellosis, perbaikan pemberian pakan, dan sistem perkawinan. Aspek kelembagaan usaha yang dapat dibenahi adalah dengan meningkatkan peran usaha skala menengah dan kemitraan usaha antara peternak skala kecil dengan usaha skala besar (*feedlot*) sehingga adopsi teknologi meningkat, respons terhadap pasar dan usaha akan menjadi lebih efisien dan produktif.

## PUSTAKA

- Anonimous. 1991. Keputusan Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, No. 86/1991, Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perusahaan Daerah Dharma Jaya Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta.
- Badan Litbang Depdag. 2008. Analisis Harga Paritas Impor Eceran dan Eceran Domestik Daging Sapi. Makalah. Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan, Departemen Perdagangan, Jakarta.
- Bentara Online. 2009. Triliunan Rupiah Mengalir dari Kandang Ternak. <http://www.bentara-online.com>
- Depdag. 2008. Rapat Pembahasan Harga daging Sapi. Makalah. Departemen Perdagangan, Jakarta.
- Depdag. 2006. Kajian sistem Distribusi Produk Pertanian, Studi kasus: Daging dan Jagung. Kerjasama Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan, Jakarta dan PT. Oxalis Subur, Bogor.

- Ditjennak. 1990. Pembangunan Peternakan Wilayah Indonesia Bagian Timur: Bahan Untuk Menteri Muda Pertanian. Direktorat Jenderal Peternakan, Jakarta.
- Ilham, N. dan Y. YUSDJA. 2004. Sistem Transportasi Perdagangan Ternak Sapi dan Implikasi Kebijakan di Indonesia. Analisis Kebijakan Pertanian, Vol. 2 (1).
- Mayrowani, H., Supriyati, B. Rahmanto, dan Erwidodo. 2003. Kajian Perdagangan Komoditas Antar Wilayah dalam Era Otonomi Daerah. Puslitbang Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Litbang Pertanian, Departemen Pertanian, Bogor.
- Tordjman, H. 1998. Some General Questions About Markets. International Institute for Applied Systems Analysis. A-2361 Luxenburg. Austria.