

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sapi potong.

Sapi potong adalah ternak yang dipelihara secara intensif untuk mendapatkan pertumbuhan daging secara maksimal, dari pakan, minum dan kegiatan ternak sapi tersebut diatur sedemikian rupa oleh peternak (Abidin, 2008). Pemenuhan akan permintaan daging sapi dan meningkatkan nilai sadar masyarakat akan tingkat konsumsi daging sapi, juga harus diimbangi dengan calon bakalan yang tersedia, manajemen pemeliharaan bagus, dan hasil akhir yang didapat akan bisa memenuhi kebutuhan daging sapi. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan bakalan antara lain jenis kelamin, umur sapi, penampilan fisik, dan penambahan bobot badan (Abidin, 2002). Usaha- usaha tersebut adalah salah satu kunci kesuksesan dalam mendapatkan hasil akhir daging sapi yang berkualitas.

2.2. Manajemen Pemeliharaan.

Usaha penggemukan sapi potong perlu adanya manajemen pemeliharaan yang sangat bagus, karena manajemen pemeliharaan yang bagus sebagai faktor penentu dari maju-mundurnya suatu usaha dan suksesnya dalam pemeliharaan yang optimal. Peningkatan produktifitas sapi akan berjalan lambat tanpa adanya manajemen produksi sapi yang baik dalam usaha sapi potong, sehingga diperlukan suatu tingkat SDM untuk bisa menjalankan manajemen pemeliharaan

yang berkualitas sehingga indeks pencapaian perusahaan bisa bagus. Manajemen pemeliharaan sapi potong meliputi manajemen budidaya ternak sapi potong dari perencanaan lokasi, pemilihan bibit, perkandangan, pakan, pengendalian penyakit, pencatatan/ recording dan sebuah organisasi dari perusahaan tersebut yang berkualitas untuk memajukan perusahaan (Murtidjo, 1993). Organisasi adalah bentuk formal dari sekelompok manusia dengan tujuan individualnya masing-masing (gaji, kepuasan kerja) yang bekerjasama dalam suatu proses tertentu untuk mencapai tujuan bersama (tujuan organisasi) agar tujuan organisasi perusahaan dapat tercapai dan tujuan individu dapat terpenuhi secara selaras dan harmonis maka kerjasama dan usaha yang sungguh-sungguh dari kedua belah pihak (pengurus organisasi dan anggota organisasi) (Kotler, 2008).

2.3. Pengadaan Bakalan.

Bakalan yang akan digemukkan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha penggemukan sapi. Oleh karena itu, perlu seleksi yang ketat ketika akan memilih bakalan. Keberhasilan dalam memilih ternak sapi yang akan dipelihara akan sangat menentukan keberhasilan dalam usaha peternakan (Santosa, 2009). Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan bakalan antara lain jenis kelamin, umur sapi, penampilan fisik, dan penambahan bobot badan (Abidin, 2002). Bakalan sapi yang bagus dipilih dari bakalan sapi yang benar-benar sehat. Mengetahui kesehatannya bisa dilihat dari keadaan tubuh, sikap, dan tingkah laku, pernapasan, denyut jantung, pencernaan, dan pandangan sapi tersebut. Kisaran berat untuk

bakalan sapi yang bagus berkisar antara 380-500 kg dengan umur potensial untuk penggemukan 1,5-2,5 tahun (Darmono, 2011).

2.4. Manajemen Perkandangan.

Kandang merupakan suatu bangunan yang digunakan untuk tempat tinggal ternak atas sebagian atau sepanjang hidupnya (Rianto dan Purbowati, 2009). Kandang diperlukan untuk melindungi ternak sapi dari keadaan lingkungan yang merugikan sehingga ternak akan mendapatkan kenyamanan (Santosa, 2009). Kandang tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal selama dalam proses penggemukan, tetapi juga berfungsi sebagai perlindungan terhadap berbagai aspek yang mengganggu sapi seperti cuaca yang tidak menimbulkan kenyamanan bagi sapi, kehujanan, dan angin yang kencang (Siregar, 2008).

Kandang yang baik harus memenuhi persyaratan-persyaratan, seperti nyaman dan sehat bagi ternak, kandang yang dibangun harus bisa menunjang peternak baik dari segi ekonomis maupun segi kemudahan dalam pelayanan, mudah dibersihkan, pertukaran udara yang sempurna, bahan mudah di dapat dan murah (Sudarmono dan Sugeng, 2008). Menurut Rianto dan Purbowati, (2009) menyatakan bahwa penentuan tata letak kandang harus memperhatikan hal-hal, seperti penempatan kandang dekat dengan sumber air, jarak antara kandang dan rumah penduduk sekitar 25 m atau lebih, hendaknya dipilih pada suatu tempat yang tinggi dan jauh dari pemukiman penduduk.

Secara umum kandang terbagi dalam dua tipe, yaitu kandang individu dan kandang koloni. Kandang individu adalah kandang yang diperuntukan bagi 1 ekor

sapi dengan ukuran yang disesuaikan dengan tubuh sapi, biasanya kandang individu berukuran 2,5 x 1,5 m. Keuntungan menggunakan kandang individu antara lain pengamatan akan kesehatan ternak mudah dilakukan, penularan penyakit lebih lambat, lahan yang digunakan relatif lebih sedikit (Abidin, 2002). Kandang koloni merupakan barak terbuat tanpa ada penyekat diantara ternak sehingga ternak bebas bergerak pada areal yang cukup luas. Keuntungan menggunakan kandang koloni adalah biaya pembuatan kandang lebih murah, pemakaian tenaga kerja lebih sedikit, ternak merasa bebas, pergerakan ternak cukup luas, dan sarana yang mudah untuk mendeteksi birahi (Rianto dan Purbowati, 2009).

Pada pembuatan kandang perlu memperhatikan mengenai lantai kandang, dinding kandang, atap kandang, ventilasi, tempat pakan dan minum, gang/ jalan, dan selokan (Sudarmono dan Sugeng, 2008). Dinding kandang berguna untuk membentengi ternak agar tidak lepas keluar, menahan angin yang langsung masuk ke dalam kandang dan menahan keluarnya panas dari tubuh ternak itu sendiri pada malam hari sedangkan tinggi dinding kandangnya lebih kurang sekitar 1,5 m (Rianto dan Purbowati, 2009). Lantai kandang merupakan dasar atau alas kandang yang berfungsi sebagai tempat berdirinya ternak dan melepas lelah. Pembuatan lantai kandang harus benar-benar memenuhi persyaratan seperti rata, tidak licin, tidak mudah lembab, tahan injakan atau awet (Sugeng, 2001). Lantai kandang terbuat dari semen dengan campuran semen terdiri dari 1 bagian semen, 2 bagian pasir, dan 3 bagian kerikil dengan kemiringan 2 % dan tebal 5 cm (Siregar, 2008).

Atap kandang merupakan penutup kandang bagian atas. Pemasangan atap diupayakan setidak-tidaknya 15-20° jika dari bahan asbes dengan jarak dari ujung atap terbawah dengan dinding sebaiknya sekitar 1,5-1,7 m (Rianto dan Purbowati, 2009). Tempat pakan dan minum dapat dibuat dari tembok beton dengan lubang pembuangan air pada bagian bawah, sebaiknya bentuk tempat pakan dan minum dibuat cekung (Siregar, 2008). Ukuran tempat pakan adalah lebar 0,6 m, tinggi 0,6 m, dan panjangnya beserta tempat minum selebar tempat ternak (Rianto dan Purbowati, 2009). Kandang perlu diberi perlengkapan kandang agar memudahkan dalam pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu seefisien mungkin. Perlengkapan kandang yang harus ada pada setiap kandang adalah sekop, sapu lidi, selang air, sikat, ember, dan kereta dorong (Sudarmono dan Sugeng, 2008).

2.5. Manajemen Pakan.

Memilih bahan pakan ternak sapi yang perlu dipertimbangkan bukan hanya zat-zat yang terkandung didalamnya, tetapi juga sifat biologis bahan-bahan yang akan diberikan seperti: volume, tekstur dan palatabilitas. Pemberian pakan pada ternak secara praktis memerlukan penggunaan zat-zat makanan yang baik bagi ternak dengan kebutuhan ternak akan energi dan zat-zat makanan (Hartadi *et al.* 1983). Kemudian menurut Hartadi *et al.*, (1986), bahan pakan adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada ternak sebagai pakan, baik berupa bahan *organik* maupun *anorganik*, sebagai maupun keseluruhan agar dapat dicerna dan tidak menyebabkan gangguan pada ternak yang memakannya. Pakan yang diberikan pada ternak harus dapat memenuhi kebutuhan gizi ternak untuk berbagai

fungsi fisiologis tubuhnya, yaitu untuk ternak hidup, produksi dan reproduksinya (Santoso, 2004). Hartadi *et al*, (1986) yang menyatakan pemberian pakan yang teratur dan memenuhi syarat akan mampu memunculkan sifat-sifat dari bangsa-bangsa sapi tersebut, seperti pertumbuhan akan jauh lebih sempurna dan lebih cepat, dan presentasi karkas yang di hasilkan lebih bagus. Menurut Abidin (2008) pakan untuk sapi penggemukan merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan produksinya, oleh karena pakan ternak yang baik adalah pakan yang mengandung karbohidrat, lemak, vitamin dan mineral. Santosoet, (2004) tingkat efesiensi penggunaan pakan yang baik di ikuti dengan perbandingan pertambahan berat badan perhari yang baik sehingga pencapaian ADG (*average daily gain*) yang diinginkan bisa terpenuhi.

Pakan hijauan merupakan makanan kasar yang terdiri dari hijauan pakan yang dapat berupa rumput lapangan, limbah hasil pertanian, rumput jenis unggul yang telah diintroduksi, juga beberapa jenis leguminosa. Konsentrat merupakan makanan penguat yang terdiri dari bahan baku yang kaya karbohidrat dan protein seperti jagung kuning, bekatul, dedak gandum dan bungkil-bungkilan (Murtidjo, 1990).

2.6. Manajemen Pengendalian Penyakit.

Sanitasi merupakan usaha menjaga kesehatan melalui kebersihan agar ternak bebas dari suatu infeksi penyakit bakteri, virus maupun parasit, antara lain menjaga kebersihan dengan mencuci tempat pakan peralatan dan kandang, kebersihan kulit ternak yang dipelihara, menjaga kebersihan di dalam kandang

maupun di luar kandang, mengubur dan membakar bangkai, kebersihan petugas dan kebersihan bahan pakan dari kandungan racun (Sugeng, 2001). Sanitasi kandang dapat dilakukan dengan cara membersihkan kotoran sapi secara rutin di pagi hari dan sore hari (Rianto dan Purbowati, 2009).

Pencegahan penyakit pada ternak dapat dilakukan dengan pemberian vitamin terhadap ternak secara teratur sehingga ternak terhindar dari berbagai jenis penyakit yang sering menjangkit ternak (Rianto dan Purbowati, 2009). Vaksinasi diberikan untuk mencegah dari serangan penyakit tertentu, terutama dari serangan penyakit-penyakit yang sering timbul yang diakibatkan virus ataupun bakteri yang muncul dalam kondisi tertentu (Santosa, 2006).

2. 7. Manajemen Pemasaran.

Manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju, dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Guna mencapai tujuan perusahaan yaitu memasarkan produknya dan mendapatkan keuntungan diperlukan perencanaan dan promosi agar masyarakat lebih mengetahui produk yang kita pasarkan.

2.7.1. Produk.

Produk adalah mengolah bahan baku menjadi produksi jadi yang siap jual (Mulyadi, 1993). Sedangkan menurut Garbut, (1979), menyatakan bahwa biaya produksi adalah semua pengeluaran yang harus dikeluarkan produsen untuk

memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan penunjang lainnya. Penggunaan agar produk tertentu yang telah direncanakan, sehingga dapat terwujud dengan baik dan biaya adalah anggaran produksi yang dikeluarkan untuk tujuan produksi, sedangkan produksi sendiri adalah proses penggunaan sumberdaya untuk menghasilkan produk, jasa (keduanya). Biaya produksi dapat diklarifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

2.7.2. Harga.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Tujuan dari penetapan harga adalah meningkatkan penjualan, mempertahankan dan memperbaiki *market share*, stabilisasi harga, mencapai target pengembalian investasi, dan mencapai laba maksimum. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga adalah kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, *elastisitas* permintaan, persaingan, biaya, tujuan manajer, dan pengawasan pemerintah. Prosedur penetapan harga adalah mengestimasi permintaan untuk barang tersebut, mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan, menentukan *market share* yang diharapkan, memilih strategi harga untuk mencapai target pasar, mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dan memilih harga tertentu (Wiludjeng, 2007). Suatu sistem distribusi pemasaran dikatakan efisien apabila besarnya tingkat pemasaran kurang dari 50% dari tingkat harga yang dibayarkan konsumen (Kotler, 2008).

2.7.2.1. Penentuan harga komersial karkas.

Tingkat penjualan harga sapi dipengaruhi oleh presentasi karkas pada sapi dan tingkat kandungan lemak atau kadar marbling pada karkas sapi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persentase karkas adalah konformasi tubuh dan derajat kegemukan. Ternak yang gemuk, persentase karkasnya tinggi dan umumnya berbentuk tebal seperti balok. Ternak yang langsing, badan panjang, leher panjang dan berbentuk segitiga seperti sapi perah, persentase karkasnya rendah (Kartasudjana, 2001). Hasil pemotongan karkas, tingkat kandungan lemak, serat otot dan kekenyalan daging yang mempengaruhi tingkat penentuan harga karkas. Tingkat kualitas karkas yang mempunyai nilai jual tinggi salah satunya dilihat dari jaringan lemak intramuskular atau “marbling”, yaitu jaringan lemak yang terdapat diantara serabut otot dalam otot. Jaringan lemak ini digunakan sebagai salah satu faktor kualitas dari daging (Koswara, 2009).

2.7.3. Distribusi.

Saluran distribusi adalah sekelompok individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkan dan membantu dalam penyampaian hak kepemilikan barang atau jasa tersebut dari produsen kepada konsumen (Gitosudarmo, 2008). Saluran distribusi ada dua yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi tidak langsung biasanya pengusaha menggunakan pihak luar untuk membantu menyalurkan barang-barangnya kepada konsumen. Saluran distribusi langsung biasanya pengusaha berusaha untuk menyalurkan barang-barang yang dibeli konsumen

secara langsung dengan tujuan konsumen merasa puas karena tidak perlu memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibelinya (Gitosudarmo, 2008). Konflik yang mungkin terdiri dalam distribusi barang yaitu konflik horizontal dan konflik vertikal. Konflik horizontal adalah penggambaran konflik yang terjadi diantara perusahaan yang berada pada tingkat yang sama pada tingkat saluran tersebut. Konflik vertikal adalah penggambaran konflik yang terjadi diantara tingkat yang berlainan pada saluran yang sama (Gitosudarmo, 2008).

2.7.4. Promosi.

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasi informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Metode promosi yang dapat digunakan yaitu penjualan perseorangan, penjualan misal, iklan, publisitas, dan promosi penjualan. Penjualan perseorangan melibatkan pembicaraan langsung antara penjual dengan pelanggan potensial. Penjual misalnya kegiatan berkomunikasi dengan sejumlah besar pelanggan potensial pada saat yang sama. Iklan adalah bentuk utama penjualan misal, Pengiklanan adalah setiap bentuk penyajian gagasan, barang atau jasa yang dibayar yang sifatnya bukan pribadi oleh sponsor yang dapat dikenali. Publisitas setiap bentuk penyajian gagasan, barang atau jasa yang tidak dibayar. Promosi penjualan adalah mengacu pada semua kegiatan promosi yang bukan iklan, publisitas, dan penjualan perorangan yang merangsang minat, usaha mencoba, atau pembelian oleh pelanggan terakhir atau pihak lain dalam saluran (Jerome dan William, 1996). Tujuan dari diadakannya promosi adalah memodifikasi tingkah

laku, memberitahu, membujuk dan mengingatkan. Promosi penjualan diperoleh dari tujuan promosi yang lebih luas, yang dari tujuan pemasaran yang lebih mendasar, yang dikembangkan untuk produk tersebut dengan mendorong penyediaan produk- produk terkait, mengimbangi promosi pesaing, membangun kesetiaan mereka, dan memperoleh pintu masuk ke gerai- gerai mereka (Kotler, 2008).

2.7.5. Biaya Pemasaran.

Biaya pemasaran menurut Mulyadi (1984) dalam arti sempit di batasi artinya sebagai biaya penjualan yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk ke pasar. Biaya pemasaran meliputi semua biaya yang saat terjadi produksi saat sampai produksi selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang dan produk tersebut diubah kembali kedalam uang tunai.

Tingginya biaya pemasaran akan mempengaruhi harga pada tingkat pembelian produsen, keadaan ini dapat dimaklumi karena lembaga yang menaungi memerlukan biaya yang tidak sedikit agar tidak menderita kerugian, akibat dari keadaan ini konsumen akan membayar dengan harga yang tinggi dan produsen menerima biaya kerugian yang ditimbulkan pangsa pasar dan dari gangguan *external* atau *internal* (Radiusono, 1987).

2.8. Prosedur Impor.

(Direktorat Jendral Perdagangan Luar Negri, 1960), prosedur impor ini dilakukan karena semua perkembangan perdagangan dunia yang semakin pesat dan mengglobal, diikuti dengan meningkatnya arus lalu lintas hewan dan produk hewan harus terorganisir dalam naungan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang Ketentuan ketentuan Pokok Agraria (Lembaran Negara Tahun 1960 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2043) bahwa dalam rangka memenuhi kebutuhan daging sapi dalam negeri perlu upaya pencapaian swasembada daging sapi dengan pengontrolan lalu lintas perdagangan luar negeri. (Departemen Pertanian, 2005) yang menyatakan bahwa Peraturan Menteri Pertanian Nomor 341/ Kpts/ OT. 140/ 9/ 2005 tentang Kelengkapan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian, juncto Peraturan Menteri Pertanian Nomor 12/ Permentan/ OT. 140/ 2/ 2007.

2.9. Prosedur Krantina.

Karantina adalah tindakan atau tempat yang bisa dijadikan tempat perasingan sebagai upaya pencegahan masuk dan tersebarnya hama dan penyakit atau organisme pengganggu dari luar negeri dan dari suatu area lain di dalam negeri atau keluarnya dari dalam wilayah negara Republik Indonesia (Departemen Pertanian, 2000). Bahwa perkembangan perdagangan dunia yang semakin pesat dan mengglobal, diikuti dengan meningkatnya arus lalu lintas hewan dan produk hewan, menuntut kesiapan Badan Karantina Pertanian khususnya Karantina Hewan sebagai pertahanan pertama (*first line of defence*) dalam melindungi dan

melestarikan sumber daya hayati hewani dari ancaman Hama dan Penyakit Hewan Karantina (Departemen Pertanian, 1992).