

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak ke empat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika Serikat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2020 Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 270.203.917 jiwa. Sebagian besar penduduk Indonesia bermatapencaharian di bidang pertanian, dibuktikan dengan data BPS per Agustus 2020 bahwa yang bekerja di sektor pertanian sebanyak 38,23 juta orang tenaga kerja atau sekitar 29,76%. Setiap penduduk pasti akan mengkonsumsi makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan nutrisi supaya dapat beraktivitas setiap hari. Susu menjadi salah satu minuman yang dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan nutrisi harian seseorang.

Susu merupakan cairan putih yang keluar dari ambing sapi perah dengan keadaan segar serta memiliki kandungan gizi tinggi karena mengandung zat makanan yang lengkap dan seimbang seperti protein, lemak, karbohidrat, mineral, dan vitamin yang dibutuhkan oleh manusia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2020 juga masih berkisar 16,27 liter/kapita/tahun, masih lebih rendah dibandingkan dengan negara tetangga, seperti Vietnam yang mencapai 20 liter/kapita/thn atau Malaysia sekitar 50 liter/kapita/tahun. Menurut BPS pada tahun 2020 produksi susu di Indonesia sebesar

221.868,95 liter, dengan demikian peternak mempunyai peran yang sangat besar dalam memenuhi kebutuhan gizi masyarakat Indonesia, khususnya untuk produk susu, mengingat peternak masih harus berjuang untuk bisa memenuhi kebutuhan susu masyarakat di Indonesia. Susu dapat dikonsumsi dalam bentuk segar maupun olahan. Susu segar adalah susu sapi yang bahan dasarnya tidak ditambah atau dikurangi, tetapi diperoleh melalui pemerahan yang bersih dan benar (Linggaswari, 2021). Susu olahan adalah susu yang telah dilakukan beberapa perlakuan seperti pasteurisasi, penambahan rasa dan lain sebagainya. Susu segar merupakan bahan pangan yang *perisable* (mudah rusak), karena mempunyai kadar air tinggi sekitar 87% - 90% serta mempunyai nilai nutrisi yang lengkap sehingga baik untuk konsumsi manusia, hewan dan mikroorganisme (Handayani dan Nurlaila, 2011).

Permasalahan yang sering dihadapi dalam pemasaran susu segar adalah kualitas susu yang mudah menurun. Susu yang baru saja diperah akan mengalami perubahan kualitas apabila tidak segera ditangani. Saluran pemasaran yang baik berguna untuk mengatasi permasalahan kualitas susu segar yang cepat menurun. Usaha dalam peternakan sapi perah menjadi peluang dalam mengembangkan agribisnis. Kabupaten Semarang merupakan penghasil susu sapi perah terbesar kedua di Jawa Tengah dengan produksi 28.833,21 liter (BPS, 2020). Adanya pabrik pengolah susu di Kabupaten Semarang mendukung usaha peternakan sapi perah semakin berkembang. Kecamatan Getasan, Kecamatan Tengaran, dan Kecamatan Ungaran Timur merupakan kecamatan penghasil susu terbesar di Kabupaten Semarang. Menurut BPS tahun 2020, Kecamatan Getasan menghasilkan susu sapi dengan Jumlah produksi 18.737.756 liter dengan Jumlah sapi sebanyak 16.457

ekor, Kecamatan Tengaran menghasilkan susu sapi dengan Jumlah produksi 3.883.992 dengan Jumlah sapi sebanyak 2.946 ekor, sedangkan Kecamatan Ungaran Timur menghasilkan susu sapi dengan Jumlah produksi 1.152.299 liter dengan Jumlah sapi sebanyak 535 ekor.

Produk ternak sama seperti produk pertanian lainnya yang mempunyai permasalahan terkait sifat komoditas yang mudah rusak. Penanganan pasca panen dapat merombak produk yang mudah rusak menjadi produk lain yang lebih tahan lama, sehingga memungkinkan pemasarannya lebih jauh. Susu sapi perah merupakan salah satu bagian dari produk peternakan yang mudah cepat rusak yang membuat produsen mengalami kerugian, sehingga dalam waktu yang relatif singkat harus segera dijual. Panjang pendek saluran pemasaran akan menentukan kualitas susu yang akan berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensinya.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka peneliti tertarik untuk menganalisis saluran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran susu segar di Kabupaten Semarang, berdasarkan 3 tempat yang menghasilkan susu segar terbesar yaitu di Kecamatan Getasan, Kecamatan Tengaran, dan Kecamatan Ungaran Timur, lembaga pemasaran, fungsi pemasaran serta efisiensinya. Analisis efisiensi pemasaran penting dilakukan untuk mengetahui bahwa produsen, lembaga pemasaran, serta konsumen mendapatkan kepuasan dari aktivitas pemasaran yang dapat dilihat dari margin pemasaran, *Farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran, dan fungsi-fungsi pemasaran susu sapi segar di Kabupaten Semarang.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran susu sapi segar di Kabupaten Semarang.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi peneliti, memperoleh tambahan informasi dan pengetahuan tentang analisis efisiensi pemasaran komoditas susu segar di Kabupaten Semarang.
2. Manfaat bagi peternak, sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam kegiatan pemasaran sehingga menjadi acuan untuk memperbaiki pemasaran.
3. Manfaat bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran, bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap penetapan kebijakan, terutama kaitannya dengan pemasaran susu sapi.
4. Manfaat bagi pembaca, sebagai informasi peneliti dan pembaca untuk menambah pengetahuan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan analisis saluran pemasaran susu.