

# **ANALISIS PENGARUH SISTEM PEMELIHARAAN DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PROFITABILITAS**

Studi Pada Usaha Kecil Menengah Agribisnis Sapi Potong Kabupaten Bogor

Eko Sembodo

Universitas Respati Indonesia, Jakarta (ekosembodo@urindo.ac.id)

## **ABSTRAK**

Peluang pengembangan sapi potong cukup besar, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tersedianya sapi dalam jumlah besar dan mutu yang relatif baik, tersedianya pakan ternak dalam jumlah cukup, tersedianya lahan makanan, relatif mudahnya akses pemasaran, keterampilan petani yang memadai, sosial budaya yang menunjang dan adanya dukungan baik dari pihak swasta atau pemerintah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana pengaruh sistem pemeliharaan sapi potong terhadap profitabilitas usaha, Bagaimana pengaruh strategi pemasaran sapi potong terhadap profitabilitas usaha, dan Bagaimana pengaruh antara sistem pemeliharaan dan strategi pemasaran sapi potong terhadap profitabilitas usaha. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan desain penelitian menggunakan desain Sequential Explanatory Strategy. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Babakan Madang, Gunung Pancar, Kabupaten Bogor. Waktu Penelitian dimulai sejak bulan Maret sampai Juli 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UKM peternak sapi potong Kecamatan Babakan Madang, Gunung Pancar, Kabupaten Bogor. Sampel penelitian berjumlah 63 pelaku UKM peternak sapi potong. Teknik Penentuan sampel menggunakan *non probability sampling* yang ditemui secara kebetulan sesuai dengan kriteria (sampling aksidental). Teknis Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Kuantitatif dan Kualitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa 1) Sistem Pemeliharaan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Usaha. 2) Strategi Pemasaran berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas usaha. 3). Sistem Pemeliharaan dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas Usaha.

**Keywords: Sistem Pemeliharaan, Strategi Pemasaran, Profitabilitas usaha**

---

Info Artikel : Submit Februari 2019

Revisi Maret 2019

Diterima Mei 2019

## **PENDAHULUAN**

Sektor peternakan di Kabupaten Bogor bukan merupakan sektor utama dalam program pembangunan yang dilaksanakan pemerintah daerah, namun merupakan faktor yang sama sekali tidak bisa dipandang sebelah mata karena sektor peternakan memberikan kontribusi yang sangat besar bagi indeks peningkatan daya beli masyarakat dan perekonomian masyarakat. Di Bogor, ternak sapi potong merupakan salah satu ternak yang banyak dibudidayakan dan diusahakan petani. Ternak tersebut berperan sebagai sumber pendapatan, membuka kesempatan kerja dan sumber protein hewani. Populasi ternak sapi potong yang tinggi menunjukkan salah satu potensi dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan nilai tambah dalam usaha ternak sapi, meningkatkan konsumsi gizi keluarga akan protein hewani bahkan sebagai komoditas agribisnis.

Peluang pengembangan sapi potong cukup besar, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tersedianya sapi dalam jumlah besar dan mutu yang relatif baik, tersedianya pakan ternak dalam jumlah cukup, tersedianya lahan makanan, relatif mudahnya akses pemasaran, keterampilan petani yang memadai, sosial budaya yang menunjang dan adanya dukungan baik dari pihak swasta atau pemerintah.

Kabupaten Bogor sebagai salah satu wilayah pengembangan ternak potensial di Provinsi Jawa Barat. Peternak sapi potong disini pada umumnya adalah peternakan rakyat berbasis keluarga yang merupakan usaha sampingan atau sebagai cabang usaha dan masih belum dapat memenuhi permintaan kebutuhan daging baik dalam jumlah maupun kualitasnya. Dan usaha peternakan rakyat ini juga memanfaatkan ternak sebagai sumber tenaga kerja. Hal ini terjadi karena pengelolaannya yang masih tradisional dan kebanyakan memiliki peran penting dan strategis dalam pengembangan ternak dan menyediakan kebutuhan daging sapi Jawa Barat dan DKI. Untuk itu diperlukan strategi dan kebijakan yang tepat agar profitabilitas usaha agribisnis sapi potong semakin meningkat.

Usaha peternakan sapi potong secara komersil belum lama berkembang di negara kita, sehingga belum banyak para investor bergerak dalam bidang ini. Hal ini disebabkan karena para inverstor belum yakin dan percaya bahwa usaha ini merupakan usaha yang sangat profitabel secara ekonomis. Padahal dari sisi daya serap, pasar dalam negeri terhadap produk peternakan relatif tinggi. Program pengembangan pemasaran dalam negeri berangkat dari konsep pemasaran sebagai muara dari upaya pengembangan bisnis peternakan. Oleh karena itu pemasaran mempunyai posisi terdepan dalam upaya meningkatkan produksi dan investasi di bidang peternakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang dirumuskan dan ingin dijawab pada kegiatan penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh sistem pemeliharaan sapi potong terhadap profitabilitas usaha?, 2) Bagaimana pengaruh strategi pemasaran sapi potong terhadap profitabilita usaha?, 3) Bagaimana pengaruh antara sistem pemeliharaan dan strategi pemasaran sapi potong terhadap profitabilitas usaha? Sehingga judul penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh Sistem Pemeliharaan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Agribisnis Sapi Potong Kabupaten Bogor”.

## **KAJIAN TEORI**

Variabel dalam penelitian ini adalah Sistem Pemeliharaan, Strategi Pemasaran dan Profitabilitas Usaha. Variabel-variabel ini merupakan terjemahan yang masih bersifat umum sehingga dalam operasionalnya memerlukan batasan-batasan yang lebih jelas dan penjabaran yang spesifik dalam definisi-definisi operasional, yang kemudian dijabarkan ke dalam dimensi dan indikator masing-masing variabel.

### **Sistem Pemeliharaan**

Pada sistem pemeliharaan yang kurang baik umumnya peternak memberikan pakan yang tidak menentu, tidak mengerti nilai padang penggembalaan dan peternak biasanya tidak mengusahakan lahan yang cukup untuk memungkinkan peternak menanam tanaman khusus sebagai pakan ternak.

Padahal sistem pemeliharaan yang baik akan memberikan hasil produksi yang jauh lebih baik pula (Bambang, 1990).

Pemeliharaan sapi potong di Indonesia dilakukan secara ekstensif, semi intensif dan intensif. Pada umumnya sapi-sapi yang dipelihara secara intensif hampir sepanjang hari berada dalam kandang dan diberikan pakan sebanyak dan sebaik mungkin sehingga cepat gemuk, sedangkan secara ekstensif sapi-sapi tersebut dilepas dipadang penggembalaan dan digembalakan sepanjang hari (Rianto dan Purbowati, 2009).

Pada saat ini terdapat banyak bangsa sapi yang jumlahnya cukup banyak. Sehubungan dengan itu, peternak yang maju pasti akan selalu mengikuti perkembangan dunia peternakan, khususnya perkembangan sapi potong. Usaha peternakan sapi potong mayoritas masih dilakukan dengan pola tradisional dan skala usaha sambilan. Hal ini disebabkan oleh besarnya investasi jika dilakukan secara besar dan modern, dengan skala usaha kecilpun akan mendapatkan keuntungan yang baik jika dilakukan dengan prinsip budidaya modern. (Sori, 2009).

Dengan demikian, hadirnya tenaga pengelola peternakan sapi yang terampil dengan pemahaman berbagai aspek teoritis mengenai tata pelaksanaannya sangat dibutuhkan dan mempunyai peranan yang penting bagi kelangsungan usaha ternak sapi potong, karena tujuan utama pemeliharaan sapi potong adalah untuk gemuk dapat langsung dijual atau disembelih dahulu kemudian dijual dalam bentuk daging (Suharsono dan Nazaruddin, 1994).

### **Strategi Pemasaran**

Dalam melakukan pemasaran hasil produk ternak sapi potong dituntut adanya tingkat keahlian khusus di dalam cara menetapkan atau melaksanakan program dan strategi pemasaran. Demikian juga perlu memperhatikan masalah rantai pemasaran, sebab panjang pendeknya suatu rantai pemasaran produksi yang ditunjukkan oleh besarnya margin pemasaran.

Manajemen pemasaran merupakan proses kegiatan aktivitas menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan

ekonomi dalam agribisnis peternakan. Peternak atau pengusaha yang menghasilkan produk peternakan pasti menginginkan produknya sampai dan diterima oleh konsumen yang harus melalui beberapa kegiatan pemasaran (Rahadi dan Hartono, 2003).

Manajemen pemasaran meliputi semua keputusan yang dibuat dalam merancang dan melaksanakan rencana pemasaran dalam rangka menerapkan konsep pemasaran. Seperti telah dikatakan, keputusan-keputusan pemasaran dibuat oleh manajer puncak dan para manajer menengah dan keputusan-keputusan yang diambil di kedua tingkatan ini saling berkaitan (Maulana, 1994).

### **Profitabilitas Usaha**

Menurut Kasmir (2008), Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas adalah merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

Riyanto (1995), mengungkapkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sedangkan menurut J.Fred Weston and Eugene F. Brigham, 1993 dalam bukunya "*Manajerial Finance*" mengemukakan bahwa *profitability is the result of a large number of policies and decision*, berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri.

Ditambahkan oleh Martono (2002), profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan profit margin dan operating asset turnover, dimana profit margin setiap perusahaan meningkatkan penjualan dengan menekan biaya-biaya sedangkan operating asset turnover, dimana setiap perusahaan menginginkan agar

setiap modal yang tertanam dalam perusahaanya dapat berputar secara cepat dan lancar.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan desain penelitian menggunakan desain *Sequential Explanatory Strategy*.

### **Tempat dan Waktu**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Babakan Madang, Gunung Pancar, Kabupaten Bogor. Waktu Penelitian dimulai sejak bulan Maret sampai Juli 2017.

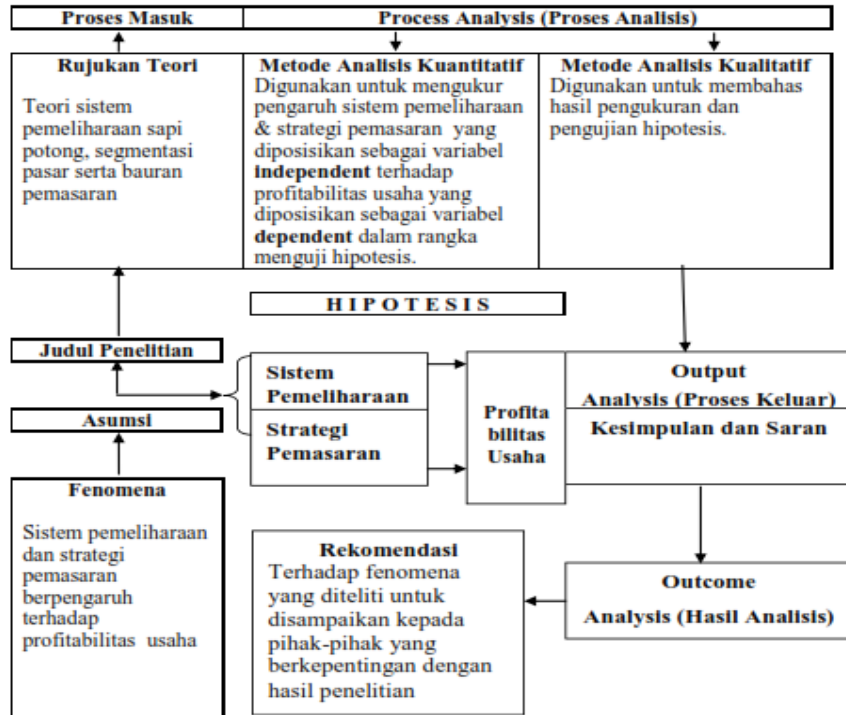
### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UKM peternak sapi potong Kecamatan Babakan Madang, Gunung Pancar, Kabupaten Bogor. Sampel penelitian berjumlah 63 pelaku UKM peternak sapi potong. Teknik Penentuan sampel menggunakan Non Probability sampling yang ditemui secara kebetulan sesuai dengan kriteria (sampling aksidental) dan bersedia diwawancarai serta mengisi kuesioner.

### **Rancangan Penelitian**

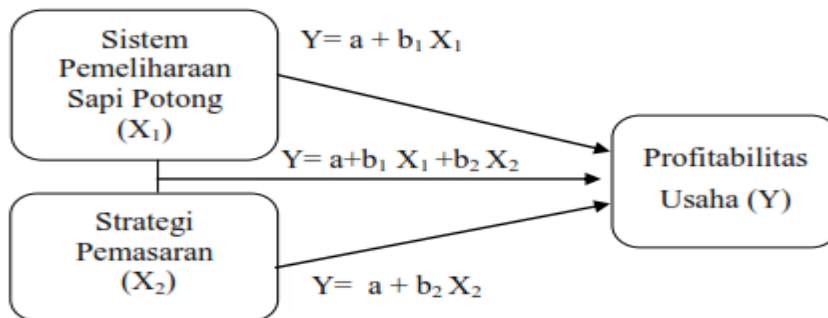
Rancangan penelitian Analisis Pengaruh Sistem Pemeliharaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Agribisnis Sapi Potong Kabupaten Bogor dapat dilihat pada Gambar 3.1 Sistem pemeliharaan dan strategi pemasaran sapi potong akan mempengaruhi profitabilitas usaha perusahaan yang bersangkutan. Variabel penelitiannya terdiri dari Variabel independen (X) : Sistem pemeliharaan sapi potong ( $X_1$ ) dan Strategi pemasaran sapi potong ( $X_2$ ). Variabel dependen (Y) : Profitabilitas usaha (Y). Adapun hubungan antara variabel dependen dan variabel independen digambarkan pada Gambar 3.2.

**Gambar 3.1.** Rancangan Penelitian



Sumber: Data diolah 2019

**Gambar 3.2.** Hubungan antar variabel



Sumber: Data diolah 2019

## HASIL DAN DISKUSI

Sitem Pemeliharaan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Usaha, dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , di mana ( $3,276 > 1,668$ ), namun tidak menunjukkan nilai yang sangat signifikan atau dengan nilai yang rendah. Dengan

demikian profitabilitas usaha dinyatakan dalam penelitian ini ditentukan salah satunya oleh Sistem Pemeliharaan yang baik pada UKM agribisnis sapi potong.

Strategi Pemasaran berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas usaha. Pengaruh ini menunjukkan bahwa semakin baik Strategi Pemasaran yang diharapkan akan meningkatkan Profitabilitas Usaha yang dijalankan. Akan tetapi pada kenyataannya bahkan cenderung negatif terhadap profitabilitas usaha dapat dilihat nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , di mana ( $0,805 < 1,668$ ). Dengan demikian dalam penelitian ini, profitabilitas tidak sangat ditentukan oleh strategi pemasaran pada UKM agribisnis sapi potong.

Sistem Pemeliharaan dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas Usaha, ini berarti bahwa semakin baik penerapan sistem Pemeliharaan dan Strategi Pemasaran akan membuat Profitabilitas Usaha meningkat. Adapun besarnya nilai pengaruh atau koefisien korelasinya ( $r$ ) 0,390 berarti antara sistem pemeliharaan dan strategi pemasaran mempunyai korelasi yang rendah berdasarkan persepsi terhadap profitabilitas usaha. Sedangkan kontribusi yang diberikan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,152 atau 15,2% dan sisanya 84,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari variabel penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara sistem pemeliharaan dan strategi pemasaran secara bersama-sama terhadap profitabilitas usaha pada UKM agribisnis sapi potong.

## **KESIMPULAN**

Untuk meningkatkan kepercayaan dan dukungan terhadap sistem pemeliharaan dalam perusahaan, maka perlu ditingkatkannya sistem pemeliharaan secara lebih baik dan intensif profitabilitas usaha yang dijalankan perusahaan menjadi lebih meningkat lagi. Untuk meningkatkan strategi pemasaran, perlu dikembangkan segmentasi pasar yaitu mengelompokkan sasaran pasar berdasarkan kebutuhan pelanggan ditinjau dari segi geografis, demografis dan psycografis.



Kemudian perusahaan juga perlu meningkatkan bauran pemasaran (4P) yaitu produk, place, price dan promosi agar profitabilitas usaha meningkat.

Untuk meningkatkan profitabilitas usaha yang maksimal tentunya diperlukan banyak hal yang dibenahi baik dari sistem pemeliharaan, pemasaran, hubungan antara karyawan dan pimpinan yang harus lebih baik dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh atasan harus berdasarkan kebutuhan perusahaan dan usaha sehingga dapat mendapatkan profitabilitas usaha yang maksimal. Penelitian lanjutan ini sangat diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang benar-benar menjadi unsur determinan (penentu) terhadap profitabilitas usaha, sehingga secara keseluruhan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi kesuksesan serta perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. 2016. Produksi Susu Segar menurut Provinsi, 2009-2015 [Internet]. [diakses 2016 Mei 8].
- Bakker, A.B., Leiter, M.P. 2010. Defining and Measuring Work Engagement: Bringing Clarity to The Concept.
- Boyatzis, R.E. 1982. The Competent Manager: A Model for Effective Performance. New York (NY): Wiley.
- Cyrillius Martono. 2002. Analisis Pengaruh Profitabilitas Industri, Rasio Leverage Keuangan Tertimbang Dan Intensitas Modal Tertimbang Serta Pangsa Pasar Terhadap "ROA" Dan "ROE" Perusahaan Manufaktur Yang Go-Public di Indonesia Surabaya : Universitas Katolik Widya Mandala
- Fred J. Weston & Eugene F Brigham, 1993, Essential of Managerial Finance, Ninth Edition, The Dryden Press, Florida.
- Ghozali, I. 2014. Structural Equation Modelling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS).
- Imai, M. 1997. Gemba Kaizen: Pendekatan Akal Sehat, Berbiaya rendah Pada Manajemen. Jahja K, penerjemah. Jakarta (ID): Yayasan Toyota-Astra dan Divisi Penerbitan Lembaga PPM. Terjemahan dari: Gemba Kaizen: A Commonsense, Low-cost Approach To Management.

Journal of Business Venturing. (17): 123–142. Mondy, R.W. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta (ID): Erlangga.

Kasmir. 2008. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Kustamiyati, Bambang dan F.A.Suryatmo,1990. Standarisasi ruang Tea Tasting. PTP NUSANTARA IX.

Maulana. 1994. Menata Pembibitan Ternak di Indonesia dalam Menjamin Ketersediaan Bibit/Benih Ternak Indonesia Orasi Ilmiah Guru Besar. Fakultas Peternakan IPB, Bogor

Rianto, E dan Purbowati, E. 2009. *Panduan Lengkap Sapi Potong*. Penebar Swadaya. Jakarta

Rahardi, F dan Hartono, R. 2003. Agribisnis Peternakan. Penebar Swadaya, Jakarta.

Riyanto, 1995. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Sori, Zulkarnain Muhammad, 2009, Accounting Informatin System (AIS) and Knowlege Management.American Journal of Scientific Research

Suharno, B dan Nazaruddin., 1994. Ternak Komersial. Penebar Swadaya. Jakarta.

---