

## RINGKASAN

MOHD. KHAIDIR, (2018). Efisiensi Pemasaran Ternak Sapi di Pasar Hewan Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. Dibawah bimbingan Ibu Hanisah sebagai Pembimbing Utama dan Bapak Abdurrachman sebagai Pembimbing Anggota.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran ternak sapi, biaya, margin pemasaran dan profit margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ternak sapi dan apakah pemasaran ternak sapi di Pasar Hewan Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur sudah efisien. Lokasi penelitian yaitu di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan daerah yang ada pasar hewannya, penghasil ternak sapi dan terdapat kegiatan pemasaran.

Objek pada penelitian ini dibatasi pada peternak dan lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran pemasaran ternak sapi di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. Ruang lingkup penelitian ini meliputi saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran ternak sapi di pasar hewah Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Januari 2018.

Pengambilan peternak sampel dilakukan secara acak sederhana, jumlah populasi peternak sapi di Pasar Hewan Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur adalah sebanyak 101 orang, kemudian diambil 30% untuk dijadikan sebagai sampel, sehingga diperoleh peternak sampel sebanyak 30 orang.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat tiga pola saluran pemasaran ternak sapi yaitu, saluran pemasaran I: Peternak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen, saluran pemasaran II: Peternak → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen dan saluran pemasaran III: Peternak → Pedagang Pengecer → Konsumen. Tugas dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tiap-tiap lembaga pemasaran berbeda-beda dengan fungsi pemasaran utama yang dilakukan adalah fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

Rata-rata biaya pemasaran ternak sapi yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp 1.060.833,-/Ekor, saluran pemasaran II sebesar Rp 704.545,-/Ekor dan saluran pemasaran III sebesar Rp 377.692,-/Ekor. Margin pemasaran paling sedikit terdapat pada saluran pemasaran III, dikarenakan pada saluran pemasaran tersebut hanya terdapat satu lembaga pemasaran sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya pemasaran, jadi selisih antara harga jual dan harga beli paling sedikit terdapat pada saluran pemasaran III. Rata-rata profit margin pemasaran yang paling besar terdapat pada pedagang pengecer pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp 837.692,-/Ekor, sedangkan rata-rata profit margin pemasaran yang paling sedikit terdapat pada pedagang besar pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 396.364,-/Ekor. Berdasarkan hasil penghitungan efisiensi pemasaran ternak sapi di Pasar Hewan Kecamatan Idi Rayeuk, saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran III, karena nilai efisiensi  $< 5\%$ , sedangkan saluran pemasaran I dan II dinyatakan tidak efisien karena nilai efisiensi  $> 5\%$ .