



ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PEDET SAPI PO KEBUMEN DI PASAR HEWAN ARGOPENI

Aqil Adyatama^{*1}, Nain Ufidiyati²

¹Program Studi Peternakan, Universitas Ma’arif Nahdlatul Ulama Kebumen

²Program Studi Teknologi Produksi Ternak, Politeknik Negeri Banyuwangi

*email: aqiladyatama@umnu.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan berapa banyak uang yang dihasilkan pedagang pedet dari PO Kebumen. Penelitian dilakukan di Pasar Hewan Argopeni pada musim panas tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab banyak pertanyaan: berapa banyak penjualan pedet yang menggunakan layanan blantik dibandingkan dengan yang tidak, berapa banyak uang yang dihasilkan pedagang pedet, dan seberapa besar dampak variabel independen (usia, pengalaman, dan pendidikan) terhadap variabel dependen (pendapatan). Survei dengan ukuran sampel 21 orang digunakan. Regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Temuan menunjukkan bahwa pendapatan pedagang tidak dipengaruhi oleh usia, pengalaman, dan pendidikan ($P > 0,05$). Di antara pedagang, 83,56% memanfaatkan layanan blantik, sementara 16,44% tidak. Pedagang menghasilkan rata-rata Rp 16.879.333 setiap bulan. Pendapatan terbukti tidak berhubungan dengan usia, pengalaman, dan tingkat pendidikan.

Kata Kunci: Pedagang, Pendapatan, Pedet sapi PO Kebumen.

ANALYSIS OF THE INCOME OF PO KEBUMEN CATTLE CALF TRADERS AT THE ARGOPENI ANIMAL MARKET

Abstract

The purpose of this research was to ascertain how much money calf traders from PO Kebumen make. The research took place in the Argopeni Animal Market in the summer of 2024. The study set out to answer many questions: how many calf sales use blantik services compared to those that don't, how much money do calf traders make, and how much of an impact do the independent variables (age, experience, and education) have on the dependent variable (income). A survey with a sample size of 21 people was utilised. Multiple linear regression was employed for data analysis. The findings demonstrated that trader income was unaffected by age, experience, and education ($P>0.05$). Among traders, 83.56% made use of blantik services, while 16.44% did not. Traders made an average of 16,879,333 Rp. every month. Income was shown to be unrelated to age, experience, and education level.

Key words: Traders, Income, Cattle calves PO Kebumen

PENDAHULUAN

Salah satu andalan industri sapi potong lokal di Kabupaten Kebumen adalah galur Sapi PO Kebumen, yang merupakan sub-spesies dari ras Sapi Persilangan Ongole (PO). Selain bertani, beternak sapi juga merupakan mata pencaharian keluarga di Kota Kebumen. Bagi sebagian keluarga, beternak sapi merupakan cara untuk menambah penghasilan dan memenuhi kebutuhan pokok. Jumlah sapi PO di Kabupaten Kebumen menurun antara tahun 2010 dan 2015. Namun, masih banyak tantangan dalam pengembangan dan pemeliharaannya; misalnya, sulitnya menemukan bibit Sapi PO Kebumen berkualitas tinggi karena penjualan bibit yang tidak terkendali di luar wilayah Kebumen. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Kebumen bertanggung jawab untuk melindungi Sapi PO Kebumen (Nuraeni *et al.*, 2016). Menurut (Umam dan Nuraeni, (2025) menyebutkan bahwa Perawakan sapi PO yang lebih besar dari wilayah Kebumen merupakan salah satu keunggulan utama mereka dibandingkan sapi PO dari daerah lain. Kekhawatiran paling mendesak bagi sapi Indonesia adalah berkurangnya keragaman genetik akibat

praktik perkawinan dan seleksi yang tidak terkendali, sehingga penting untuk melestarikan keunggulan ini.

Menurut Nuraeni *et al.*, (2016) Bahkan saat ini, sebagian besar pemasaran anak sapi PO Kebumen dilakukan di kandang ternak. Metode ini cukup rumit dan, kecuali hewan atau anak sapi yang berkualitas tinggi, mengakibatkan harga beli yang rendah. Pedagang dan kandang ternak mendistribusikan kembali anak sapi yang mereka beli baik di dalam maupun di luar Kabupaten Kebumen. Pedagang dan kandang ternak mendistribusikan kembali anak sapi yang mereka beli baik di dalam maupun di luar Kabupaten Kebumen. Berbagai kabupaten di Kabupaten Kebumen, termasuk Banjarnegara, Wonosobo, Banyumas, Cilacap, Purworejo, dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki pasar ternak tempat anak sapi dan sapi dewasa dapat dibeli. Orang-orang yang membeli dan menjual sapi dari PO Kebumen berasal dari semua lapisan masyarakat; beberapa membeli dan menjual anak sapi, beberapa membeli dan menjual stok penggemukan, sementara yang lain mengkhususkan diri pada indukan atau sapi dewasa (Rohman dan Nuraeni, 2024).

Di Kabupaten Kebumen, dapat menemukan Pasar Hewan Argopeni, di antara tempat-tempat lainnya. Para pedagang sapi berkumpul di Pasar Hewan Argopeni di Kebumen untuk membeli dan menjual sapi. Pasar ini terletak di jantung Kabupaten Kebumen, dekat jalan utama, dan lebih luas daripada Pasar Hewan Gombong. "Para pedagang dari dalam dan luar kota datang ke pasar ini. Jika ingin mengetahui berapa banyak keuntungan yang dihasilkan dalam sistem pemasaran bibit sapi PO Kebumen di tingkat kelembagaan yang tepat, perlu melihat saluran pemasaran dan distribusi anak sapi PO Kebumen. Oleh karena itu, mempelajari data ini sangat penting. Karena banyaknya penelitian sebelumnya mengenai studi kasus ini, temuan-temuan ini bersifat baru (Ningsih *et al.*, 2017). Namun, tidak ada satu pun di Pasar Ternak Argopeni Kebumen. Para peneliti di Pasar Ternak Argopeni berupaya mempelajari bagaimana para pedagang sapi PO Kebumen menghasilkan uang dan rute apa yang mereka gunakan untuk menjual produk mereka.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Pasar Hewan Argopeni, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Pasar Hewan Argopeni merupakan

pasar hewan terbesar di Kabupaten Kebumen, sehingga memutuskan untuk melakukan pengambilan sampel secara purposif di sana. Penelitian ini dijadwalkan berlangsung pada musim panas tahun 2024. Survei dilakukan untuk melakukan investigasi. Subjek penelitian ini adalah pedagang bibit sapi di Pasar Hewan Argopeni, Kebumen, yang disebut PO Kebumen. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel sensus, yaitu pengambilan sampel acak sebanyak 21 orang dari penjual anak sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni, Kebumen. Berdasarkan hal tersebut, metodologi dan ukuran sampel identik. Metode pengumpulan informasi dalam penelitian ini meliputi observasi pedagang ternak dan wawancara dengan mereka menggunakan kuesioner yang telah dirancang sebelumnya. Pendapatan pedagang ternak merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan usia, pengalaman, dan pendidikan pedagang ternak merupakan variabel independen. Analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

Saluran Pemasaran

Tujuan dari analisis saluran pemasaran ini adalah untuk mengidentifikasi beberapa platform yang dimanfaatkan oleh Pasar Hewan Argopeni Kebumen untuk mempromosikan bibit sapi PO Kebumen. Saluran Pemasaran disajikan dalam bentuk alur pemasaran sesuai informasi yang diberikan oleh pedagang sapi.

Biaya

Menurut (Candra dan Anggriawan, 2020) Biaya pemeliharaan (termasuk pakan, penyusutan kandang, tenaga kerja, air, dan listrik), biaya transportasi, dan biaya jasa penjualan ternak merupakan bagian terbesar dari anggaran pedagang saat membeli dan menjual ternak. Semua komponen biaya ini dijumlahkan untuk mendapatkan total biaya.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

Π = Pendapatan

TR = Total Revenue (Penerimaan total/output) TC = Total Cost (Biaya Produksi total/Input)

Kekuatan Hubungan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS 26.0, menguji nilai korelasi antara variabel dependen (pendapatan) dan variabel independen (usia, pengalaman, dan pendidikan pedagang sapi). Berikut adalah model persamaannya:

$$Y_1 = b_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y_1 = Pendapatan B0 = Konstanta

X_1 = Umur Pedagang Sapi (Tahun)

X_2 = Pengalaman Pedagang Sapi (Tahun) X_3 = Pendidikan Pedagang Sapi (Tahun)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Keadaan Responden

Pedagang pedaging sapi Kebumen dipilih sebagai subjek penelitian. Usia, jenis kelamin, lama berdagang, dan tingkat pendidikan merupakan beberapa karakteristik yang dapat dilihat pada responden.

1. Umur Responden

Penelitian ini menemukan bahwa dari total 21 tanggapan, usia partisipan berkisar antara 24 hingga 60 tahun. Rata-rata usia responden adalah 42 tahun. Menurut (Heryanah, 2015) Yang satu dianggap produktif antara usia enam belas hingga enam puluh lima tahun, sementara yang satu lagi dianggap tidak produktif antara usia nol hingga lima belas tahun dan lebih dari enam puluh lima tahun". Oleh karena itu, usia pedagang pedaging di Pasar Hewan Argopeni Kebumen PO Kebumen termasuk dalam rentang usia produktif.

2. Jenis Kelamin Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen

Temuan penelitian ini memberikan penjelasan mengenai jenis kelamin responden; semua pedagang pedet sapi PO Kebumen adalah laki-laki. Berdasarkan data pada Tabel 1. memperlihatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di Pasar Hewan Argopeni, Kecamatan Kebumen. Berdasarkan tabel tersebut, seluruh responden yang berjumlah 21 orang adalah laki-laki, yang berarti persentasenya

mencapai 100%. Tidak ada responden perempuan dalam penelitian ini. Data ini menunjukkan bahwa perdagangan sapi di Pasar Hewan Argopeni didominasi oleh pedagang laki-laki. Ketiadaan pedagang perempuan dalam sampel ini dapat mencerminkan beberapa kemungkinan, seperti budaya atau tradisi lokal yang lebih mendukung laki-laki dalam profesi ini, atau mungkin karena sifat pekerjaan yang lebih cocok atau lebih menarik bagi laki-laki. Hasil tersebut sama dengan kajian dari penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Nailape *et al.*, (2025), bahwa pedagang sapi potong didominasi oleh masyarakat pria. Hal ini juga bisa menjadi indikasi adanya ketidakseimbangan gender dalam sektor perdagangan sapi di wilayah ini, yang dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut untuk memahami dinamika sosial dan ekonomi yang mempengaruhi partisipasi perempuan dalam perdagangan sapi.

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Percentase (%)
1	Laki- laki	21	100
2	Perempuan	0	0
	Total	21	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

3. Pengalaman Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen

Berdasarkan pengalaman pedagang pedet sapi PO Kebumen yakni 2- 10 tahun dengan rataan 2,5 tahun. Menurut Leleng *et al.*, (2021) mengatakan bahwa Kemampuan berbisnis dipengaruhi oleh usia dan pengalaman dalam beternak. Setelah belajar dari pengalaman yang sulit, peternak yang lebih berpengalaman akan lebih berhati-hati. Tingkat pengalaman responden dalam penjualan pedet sapi PO Kebumen ditunjukkan oleh lamanya usaha penjualan mereka. Informasi pada Tabel 2 berkaitan dengan karakteristik responden dan latar belakang mereka dalam penjualan pedet sapi PO Kebumen.

Tabel 2 menunjukkan demografi dan tingkat pengalaman pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni. Dari jumlah tersebut, 9 responden (atau sekitar 42,9% dari total) memiliki pengalaman 6–10 tahun di industri ini. Demografi ini mencakup sebagian besar pedagang sapi, menunjukkan bahwa sektor ini

merupakan tempat yang tepat bagi para pedagang untuk mengasah keterampilan dan menjalin koneksi. Selain itu, 8 orang (atau 38,1% dari total) memiliki pengalaman 2–5 tahun di dunia perdagangan. Kelompok ini menempati posisi kedua terbesar jumlah pedagang, yang mengindikasikan bahwa masih banyak pedagang yang relatif baru dalam bisnis perdagangan sapi, namun sudah menunjukkan ketahanan dan keberhasilan dalam menjalankan usaha mereka di pasar ini. Sementara itu, hanya 4 orang atau 19,0% dari responden yang memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun. Meskipun merupakan kelompok terkecil, pedagang dalam kelompok ini kemungkinan besar memiliki keahlian dan pengetahuan mendalam mengenai perdagangan pedet sapi PO Kebumen, yang dapat berkontribusi secara signifikan terhadap dinamika pasar dan membantu pedagang lainnya. Secara keseluruhan, data dalam tabel ini mencerminkan bahwa sebagian besar pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni memiliki pengalaman yang cukup bervariasi, dengan mayoritas telah berpengalaman lebih dari 5 tahun. Nuraeni et al., (2016) menyatakan bahwa Salah satu aspek yang memengaruhi kapasitas seseorang untuk mengelola bisnisnya sendiri adalah tingkat pengalaman mereka di bidang ini.

Tabel 2. Karakteristik Pengalaman Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen.

No	Pengalaman Pedagang (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Percentase (%)
1	2-5	8	38,1
2	6-10	9	42,9
3	>10	4	19,0
	Total	21	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

4. Pendidikan Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen

Kemampuan peternak untuk sukses di industri peternakan sangat bergantung pada tingkat kecerdasan mereka. Peternak yang terdidik, terutama yang bekerja dengan hewan, lebih mampu mengevaluasi dan menerapkan teknologi serta perbaikan baru. Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden di Pasar Ternak Argopeni adalah lulusan SMA atau memiliki tingkat pendidikan yang setara. Dari seluruh responden, 12 orang (atau sekitar 57% dari total) termasuk

dalam kategori ini. Dapat disimpulkan bahwa lebih dari 50% pedagang memiliki ijazah SMA. Selain itu, empat pedagang, yang mewakili 19% dari total responden, telah menyelesaikan SMP atau sederajat. Sementara itu, tiga pedagang, atau 15% dari total, hanya menyelesaikan SD. "Dari semua pedagang yang disurvei, hanya dua orang (atau 9% dari total) yang memiliki gelar sarjana (S1).

Statistik ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang sapi di Pasar Ternak Argopeni memiliki ijazah SMA atau sederajat. Hanya sebagian kecil pedagang yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, sebagaimana ditunjukkan oleh rendahnya persentase pemegang gelar S1. Dalam menjalankan usahanya, sikap dan strategi pedagang dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan mereka. Ini termasuk akses mereka terhadap pengetahuan dan teknologi, yang dapat membuat operasi perdagangan ternak mereka lebih efisien dan menguntungkan. Menurut Fadly dan Tinaprilla (2022) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berkorelasi positif dengan pendapatan peternak.

Tabel 3. Karakteristik Pendidikan Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen.

No	Pendidikan Pedagang	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	3	15
2	SMP/Sederajat	4	19
3	SMA/Sederajat	12	57
4	S1	2	9
Total		21	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Pembahasan

Pengaruh Umur, Pengalaman, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Pedagang Pedet Sapi PO Kebumen

Sebuah studi regresi linier berganda dilakukan menggunakan data yang diperoleh dari penelitian sebelumnya untuk mengetahui hubungan antara pendapatan pedagang pedet sapi PO Kebumen dengan faktor-faktor seperti usia, pengalaman, dan pendidikan. Berikut adalah persamaan garis regresi yang dihasilkan dari studi regresi linier berganda yang dilakukan terhadap pendapatan pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni, Kabupaten Kebumen:

$$Y = -18 - 224045,1846 X_1 + 169073,5693 X_2 - 333433,7998 X_3$$

Terdapat hubungan yang sangat lemah (Multiple R = 0,165) antara gaji, lama pengalaman, dan tingkat pendidikan. Usia, pengalaman, dan pendidikan semuanya memiliki dampak sebesar 2,7% terhadap pendapatan, berdasarkan nilai R Kuadrat sebesar 0,027. Pendapatan pedagang pedet sapi di Kebumen tidak dipengaruhi oleh usia, pengalaman, maupun pendidikan, berdasarkan analisis varians, yang menghasilkan nilai signifikansi F sebesar 0,921636927, suatu nilai yang lebih besar dari 0,05. Di antara hal-hal lain yang mungkin memengaruhi pendapatan pedagang pedet sapi di Kebumen adalah penggunaan teknologi informasi untuk tujuan pemasaran, termasuk aplikasi belanja daring dan media sosial, yang memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan, pada gilirannya, meningkatkan penjualan. Penjualan pedet berkualitas tinggi dalam jumlah besar juga memengaruhi pendapatan pedagang pedet sapi di Kebumen.

Dengan menggunakan nilai-P untuk koefisien, dapat melihat apakah ketiga variabel independen (usia, pengalaman, dan pendidikan) memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang pedet sapi di Kebumen. Tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara usia dan pendapatan ($P = 0,536698091$, yang lebih tinggi dari 0,05). Tidak ada hubungan yang konsisten antara perubahan usia dan perubahan pendapatan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai-P yang tinggi. Oleh karena itu, menurut studi ini, kemampuan digital, kemampuan beradaptasi, dan kapasitas untuk menggunakan platform teknologi diperkirakan memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap pendapatan dibandingkan usia. Tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara pengalaman dan pendapatan ($P = 0,800295206$, lebih tinggi dari 0,05). Dengan nilai-P sebesar 0,7695989, yang lebih tinggi dari 0,05, variabel pendidikan juga tidak berdampak signifikan terhadap pendapatan.

Secara statistik, studi ini tidak mendukung hipotesis bahwa pendidikan dan pengalaman berdampak signifikan terhadap pendapatan ("nilai-P > 0,05 untuk kedua variabel"). Kemampuan untuk menggunakan platform teknologi, fleksibilitas, dan kemahiran dengan perangkat digital kemungkinan besar berdampak pada hal-hal tersebut. Penjual pedet sapi di Kebumen dapat meningkatkan penjualan mereka dengan bantuan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi yang menyasar khalayak yang lebih luas melalui media sosial dan platform

perdagangan daring. Pedagang pedet sapi di Kebumen dapat meningkatkan atau menurunkan pendapatan mereka tergantung pada jumlah dan kualitas pedet yang terjual. "Jelas bahwa model analisis perlu diperbarui untuk mempertimbangkan aspek-aspek baru yang signifikan di era digital.

Penjualan pedet sapi di Pasar Hewan Argopeni di Kebumen dapat sangat dipengaruhi oleh penggunaan teknologi informasi. Pedagang dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dari seluruh dunia dengan memanfaatkan teknologi ini melalui aplikasi perdagangan daring atau media sosial. Tanpa harus bertemu langsung di pasar, pedagang dan pembeli dapat berkomunikasi dengan cepat melalui media sosial atau aplikasi perpesanan seperti WhatsApp atau Facebook, yang semakin memperlancar komunikasi. Manfaat lain dari teknologi informasi adalah transparansi harga, yang memfasilitasi transaksi yang adil dengan mempermudah perbandingan harga bagi pembeli dan penjual. Pemasaran yang lebih efektif dengan foto dan video yang menarik merupakan manfaat lain dari teknologi ini, yang membuka pilihan penjualan daring yang dapat meningkatkan volume transaksi. Selain itu, para pedagang dapat menjalankan usaha mereka secara lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi untuk pencatatan keuangan dan manajemen inventaris, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan. Para pedagang pasar ternak, terutama yang terlibat dalam pemasaran dan operasional, akan mendapatkan keuntungan besar dengan menerapkan solusi TI.

Pemasaran Pedet Sapi PO Kebumen

Saluran pemasaran terdiri dari lembaga-lembaga yang menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh imbalan (*margin*) (Uliya *et al.*, 2024). Saluran pemasaran pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kebumen berfungsi sebagai jembatan utama antara produsen dan konsumen akhir. Dengan mendistribusikan sapi secara efektif, pedagang di pasar berperan sebagai lembaga pemasaran, menjamin pelanggan mendapatkan anak sapi berkualitas tinggi dari produsen terdekat. Untuk memaksimalkan keinginan dan kebutuhan pelanggan, mereka menjalankan berbagai tanggung jawab pemasaran, seperti mengevaluasi kualitas, menetapkan harga, dan menegosiasikan transaksi. Pedagang memainkan peran penting dalam saluran

pemasaran ini dan mendapatkan bagian dari penjualan sebagai kompensasi atas nilai yang mereka berikan kepada rantai pasokan.

Pedagang sapi PO Kebumen adalah perantara antara peternak lokal dan pasar; merekalah yang memulai proses distribusi. Dengan membeli sapi langsung dari peternak, mereka dapat mengontrol inventaris, menetapkan harga awal, dan memilih sapi terbaik". Fungsi ini selaras dengan pendapat Ussania dan Aslami (2022) yang menjelaskan bahwa Aliran kegiatan maju saluran pemasaran dan pergerakan komoditas aktual dari produsen ke konsumen keduanya tercakup dalam fungsi distribusi. Menurut (Chefany *et al.*, 2025), Distribusi dan harga sapi di pasar lokal sangat dipengaruhi oleh para pedagang. Mereka memungkinkan sapi dari berbagai peternak dijual kepada orang-orang yang membutuhkannya. Menurut Noorrahman *et al.*, (2025) bahwa Dengan memastikan pasokan sapi berkualitas tinggi yang stabil, peternak sapi lokal berperan penting bagi keberhasilan sektor daging sapi di seluruh negeri. Blantik bertindak sebagai perantara, menjadi perantara antara pembeli dan penjual, atau antara pedagang dan pembeli lainnya. Dalam hal pasar sapi, Blantik biasanya memiliki jaringan yang luas dan pengetahuan yang luas (Rohman dan Nuraeni, 2024)

Setelah pedagang pedaging mendapatkan ternak, mereka akan menyerahkannya kepada pedagang perantara ternak (*Blantik*). Banyak pedagang mengandalkan Blantik, seorang perantara, untuk menjual ternak mereka. Terdapat alur dua arah dalam proses ini; Blantik menjual ternak dan juga mengevaluasi kualitasnya (Ussania dan Aslami, 2022). Baik harga jual maupun keberhasilan transaksi penjualan ternak konsumen dipengaruhi oleh penilaian Blantik terhadap kualitas ternak.

Pada tahap selanjutnya dari saluran pemasaran, pedagang lokal bertanggung jawab untuk mendistribusikan ternak ke pasar lokal atau menjualnya langsung ke pengguna akhir. Untuk memenuhi permintaan daging segar di pasar lokal mereka, pedagang lokal biasanya akan memotong sendiri ternak dan menjual dagingnya kepada pelanggan. Fungsi ini sesuai dengan teori Nuada *et al.*, (2023) Pilihan lain untuk menurunkan biaya pengiriman ke pelanggan adalah dengan menggunakan saluran distribusi yang lebih pendek. Pedagang lokal dapat dengan mudah memenuhi selera pengguna akhir dengan menjual

langsung atau menyediakan produk olahan, dan mereka dapat melakukannya dengan cara yang nyaman bagi mereka.

Secara keseluruhan pemasaran pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Kebumen mencerminkan sistem distribusi yang terorganisir dengan baik, di mana setiap tahap memiliki peran dan fungsi yang spesifik untuk memastikan kelancaran aliran produk dari peternak ke konsumen akhir. Struktur distribusi ini mendukung efisiensi dan efektivitas dalam proses pemasaran, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi panjang dan kompleksitas saluran distribusi. Hasil penelitian mengenai saluran pemasaran pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Kebumen dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Presentase Penjualan Pedet Sapi PO Kebumen

Keterangan	Konsumen	Rataan (%)
Melalui Blantik (83,56%)	pedagang dalam daerah	54,28
	pedagang luar daerah	22,62
	peternak dalam daerah	4,52
	peternak luar daerah	2,14
Tanpa Blantik (16,44%)	pedagang dalam daerah	10,70
	pedagang luar daerah	2,86
	peternak dalam daerah	2,38
	peternak luar daerah	0,5

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Tabel 4 menunjukkan rata-rata saluran pemasaran untuk anak sapi PO Kebumen yang dijual di Pasar Hewan Argopeni. Blantik memainkan peran penting dalam menentukan jumlah pembeli, termasuk pedagang dan peternak. 83,56 persen saluran pemasaran di Pasar Hewan Argopeni menggunakan layanan blantik, sementara 16,44 persen tidak. Pemasar yang menjual anak sapi PO sebagian besar ke pedagang lain di daerah tersebut yang menggunakan layanan blantik mencapai 54,28% dari seluruh penjualan, sementara hanya 10,70% pedagang di wilayah tersebut yang tidak menggunakan blantik. Selain itu, dibandingkan dengan pedagang anak sapi tanpa layanan blantik (2,86%), mereka yang memiliki pembeli dari luar daerah jauh lebih umum (22,62%). Ada 4,52% pembeli dari peternak lokal yang menggunakan layanan blantik, dibandingkan dengan 2,38% yang tidak. Rata-rata, 2,14 persen pelanggan berasal dari peternak luar daerah yang menggunakan layanan blantik, dibandingkan dengan 0,5 persen

yang tidak. Jadi, bisa dibilang sebagian besar pedagang di Kebumen menggunakan jasa bulking saat menjual sapi atau anak sapi di pasar ternak. Hal ini dikarenakan jasa bulking banyak digunakan untuk transaksi sapi di pasar ternak Argopeni, Kabupaten Kebumen, dan menguntungkan baik bagi pembeli maupun penjual.

Biaya dan Penerimaan

Biaya suatu usaha adalah nilai moneter dari semua sumber daya ekonomi yang telah atau akan dikorbankan untuk mencapai tujuan itu. Menurut Candra dan Anggriawan, (2020) bahwa Di tingkat pedagang, pengeluaran di sektor perdagangan sapi meliputi biaya transportasi, biaya jasa penjualan ternak, dan biaya pemeliharaan (pakan, penyusutan kandang, tenaga kerja, air, dan energi). Jika semua komponen ini dijumlahkan, akan diperoleh total biaya. Biaya harian untuk pedagang pedet di perusahaan peternakan sapi Kebumen rata-rata Rp333.000. Jasa pembuatan briket, transportasi, pakan, biaya masuk pasar ternak, parkir, dan perawatan ternak semuanya berkontribusi pada pengeluaran ini.

Pedagang pedet di perusahaan peternakan sapi Kebumen mendapatkan seluruh keuntungan mereka dari penjualan ternak, dan kualitas pedet menentukan harga jualnya. Pedagang mengklasifikasikan kualitas pedet terbagi menjadi dua yaitu bagus dan biasa, untuk pedet dengan kualitas bagus biasanya memiliki postur tubuh yang proposional/seimbang, pertulangan yang besar, ukuran kaki lebih besar, gelambir lebih tebal, ukuran punuk lebih besar dan menunjukkan penotif Sapi PO Kebumen yang maksimal, sedangkan sapi pedet dengan kualitas biasa memiliki postur tubuh yang kurang seimbang, pertulangan yang lebih kecil, ukuran kaki lebih kecil, gelambir lebih tipis, ukuran punuk lebih kecil dan menunjukkan penotif Sapi PO Kebumen yang lebih minimal. Umur jual pedet Sapi PO Kebumen rata-rata 5 - 7 bulan. Harga beli dan harga jual sapi PO Kebumen disajikan pada Tabel 5.

Harga rata-rata untuk pedet betina adalah Rp6.750.000, sedangkan harga rata-rata untuk pedet jantan adalah Rp10.375.000. Harga rata-rata pedet jantan adalah Rp12.250.000, sedangkan harga rata-rata pedet betina adalah Rp8.250.000, yang berarti terdapat selisih harga antara kedua harga tersebut sebesar Rp1.875.000 untuk pedet jantan dan Rp1.500.000 untuk pedet betina. Keuntungan adalah sisa hasil

penjualan setelah dikurangi biaya-biaya. Peternak dapat meningkatkan pendapatan mereka dengan melakukan efisiensi teknis dan non-teknis, seperti meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi (Maulina *et al.*, 2020). Tujuan akhir perusahaan seharusnya adalah meningkatkan pendapatannya. Jika pendapatan lebih tinggi daripada pengeluaran, tingkat pendapatan yang tinggi dapat dicapai. Menurut Fadly dan Tinaprilla (2022) Pendapatan bersih adalah jumlah seluruh pendapatan dikurangi seluruh beban. Dengan pendapatan maksimum Rp 48.740.000 dan minimum Rp 4.325.000, pedagang pedaging sapi rata-rata memperoleh pendapatan sebesar Rp 16.879.333 setiap bulan.

Jumlah dan kualitas pedaging sapi yang terjual menentukan keuntungan pedagang pedaging sapi dari Peternakan Sapi Kebumen. Pendapatan pedagang sangat bergantung pada jumlah dan kualitas pedaging sapi yang terjual. Potensi pendapatan tumbuh sebanding dengan kuantitas dan kualitas pedaging sapi yang terjual. Hal ini didukung oleh penelitian (Kahan, 2013) yang menyatakan bahwa Peningkatan kualitas ternak dapat berdampak positif pada penjualan dan pendapatan. Masyarakat bersedia membayar lebih untuk hewan yang lebih sehat dan berkualitas tinggi. Selain itu menurut Nailape *et al.*, (2025) mengemukakan bahwa Pendapatan peternak meningkat seiring dengan jumlah sapi yang terjual, yang juga meningkat. Oleh karena itu, pendapatan pedagang pedet sangat bergantung pada kuantitas dan kualitas pedet yang terjual.

Tabel 5. Harga Beli dan Harga Jual Pedet Sapi PO Kebumen

No	Kualitas Sapi Pedet	Harga Beli		Harga Jual		Rataan Harga Beli	Rataan Harga Jual
		Terendah	Tertinggi	Terendah	Tertinggi		
1	Jantan Biasa	8.000.000	10.500.000	9.000.000	14.000.000		
2	Jantan Bagus	10.000.000	13.000.000	11.000.000	15.000.000	10.375.000	12.250.00
3	Betina Biasa	5.000.000	7.000.000	6.000.000	8.000.000		
4	Betina Bagus	7.000.000	8.000.000	9.500.000	9.500.000	6.750.000	8.250.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

SIMPULAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan, 83,56% pedet PO Kebumen yang dijual di Pasar Hewan Argopeni dipasarkan melalui layanan blantik, sementara 16,44% tidak. Selain itu, di Pasar Hewan Argopeni, Kebumen, pedagang pedet PO Kebumen memperoleh pendapatan rata-rata Rp16.879.333 per bulan. Ketiga variabel, yaitu usia, pengalaman, dan pendidikan, tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan ini ($P>0,05$).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memberikan ucapan terima kasih yang disampaikan kepada:

1. Penulis mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan ridha-Nya sehingga penulisan jurnal ini dapat diselesaikan. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua atas doa, dukungan, dan kasih sayangnya yang tiada henti.
2. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi,Riset dan Teknologi yang memberikan kesempatan penulis untuk meneliti.
3. Pedagang pedet sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik.
4. Rektor Universitas Maarif Nahdlatul Ulama Kebumen
5. Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi
6. Tim editor dan reviewer yang membantu memperbaiki kualitas naskah ini hingga layak diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, D. A., dan Anggriawan, R. (2020). Analisis biaya produksi usaha ternak sapi perah “Anugerah” di Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. *Jurnal Agriovet*, 3(1), 1–10.
- Chefany, H. F., Jannah, R. R., Nugroho, M. R., dan Novita, Y. (2025). Analisis peran pasar induk dalam mendorong aktivitas pertumbuhan ekonomi lokal di Pasar Ibu, Payakumbuh Destinasi. *Jurnal Psikososial dan Pendidikan*, 1(2), 221–226.

- Fadly, M. A., dan Tinaprilla, N. (2022). Analisis pendapatan usaha ternak sapi potong communal dan non-communal di Desa Aek Ledong Kabupaten Asahan Sumatera Utara. *Jurnal Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan*, 9(3), 149–160.
- Heryanah, H. (2015). *Ageing population dan bonus demografi kedua di Indonesia. Populasi*, 23(2), 1–16.
- Kahan, D. (2013). *The role of the farm management specialist in extension* (Vol. 1). Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Leleng, S. V., Dethan, A. A., dan Simamora, T. (2021). Pengaruh karakteristik peternak dan dukungan penyuluhan terhadap kemampuan teknis beternak sapi potong di Kecamatan Insana Induk. *Journal of Animal Science*, 6(4), 65–68.
- Nailape, M. K., Sahala, J., Usboko, N., Feka, W. V., Banu, M., Usboko, N., dan Manek, H. F. (2025). Profil karakteristik peternakan sapi potong di daerah dataran rendah (studi kasus di Desa Nonotbatan Kecamatan Biboki Anleu Kabupaten Timor Tengah Utara). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(2), 2212–2227.
- Ningsih, U. W., Hartono, B., dan Nugroho, E. (2017). Analisis pemasaran sapi potong melalui analisis marjin, transmisi harga, struktur pemasaran, perilaku pemasaran dan kinerja. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 27(1), 1–11.
<https://doi.org/10.21776/ub.jiip.2017.027.01.01>
- Noorrahman, N. F., Dwijayanti, R. S., dan Sandriya, A. (2025). Indikator tingkat keberhasilan program Sikomandan terhadap populasi, pemotongan, dan produksi daging sapi potong di Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 27(2), 130–137.

- Nuada, I. W., Oktiani, A., dan Jusmaliyah, A. (2023). Analisis efisiensi saluran distribusi pada industri rumah tangga kerupuk seblak di Dusun Karang Bucu Desa Bagik Polak. *Media Bina Ilmiah*, 17(6), 1037–1044.
- Nuraeni, N., Nugroho, R. J., dan Aryadi, M. F. (2016). Analisis produksi dan distribusi pedet sapi PO Kebumen di SPR Sato Widodo dan SPR Klirong-01 Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 4(2), 278–295.
- Rohman, M., dan Nuraeni, N. (2024). Analisis pemasaran dan pendapatan pedagang bibit sapi PO Kebumen di Pasar Hewan Argopeni Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen: Analysis of marketing and income of Kebumen PO cattle breed traders at the Argopeni Animal Market, Kebumen District, Kebumen Regency. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 27(2), 229–240.
- Uliya, U., Armando, R., dan Lamefa, D. Y. (2024). Analisis kreatif saluran pemasaran jamur tiram di Kelurahan Teratai. *Journal of Creative Attitudes Culture*, 5(2), 64–70.
- Umam, K., dan Nuraeni, N. (2025). Pengaruh kualitas fenotipik dan ukuran tubuh terhadap penentuan harga jual pedet sapi PO Kebumen di Kabupaten. *Nusantara Hasana Journal*, 5(2), 305–314.
- Ussania, I., dan Aslami, N. (2022). Saluran distribusi pemasaran asuransi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 43–52.