

**MANAJEMEN PEMASARAN SAPI POTONG  
DI CV. PLESUNGAN RAYA  
KABUPATEN KARANGANYAR**



**TUGAS AKHIR**

Oleh :  
**MUKHOWIM**  
**H 3406005**

**PROGRAM D III AGRIBISNIS PETERNAKAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2009**

**MANAJEMEN PEMASARAN SAPI POTONG  
DI CV. PLESUNGAN RAYA  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**TUGAS AKHIR**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Derajat Ahli Madya Peternakan Di Fakultas Pertanian  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Program Studi Diploma III Agribisnis Peternakan**



Oleh :  
**MUKHOWIM**  
**H 3406005**

**PROGRAM D III AGRIBISNIS PETERNAKAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2009**

**MANAJEMEN PEMASARAN SAPI POTONG  
DI CV. PLESUNGAN RAYA  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**TUGAS AKHIR**

Disusun oleh :

**MUKHOWIM**

**H 3406005**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal : 25 Mei 2009

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan tim penguji

Penguji I

Penguji II

**SHANTI EMAWATI, S.Pt.,MP**  
**NIP. 132 315 798**

**Ir. Lutojo, MP**  
**NIP. 131 694 834**

Surakarta, Mei 2009  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian  
Dekan

**Prof. Dr. Ir. H. Suntoro, MS**  
**NIP. 131 124 609**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, dengan judul “Manajemen Pemasaran Sapi Potong”. Tugas akhir ini merupakan laporan dari hasil magang perusahaan di CV. Plesungan Raya Kabupaten Karanganyar yang disusun sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Ahli Madya Diploma III Fakultas Pertanian jurusan Agribisnis Peternakan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam tugas akhir ini tidak lepas akan adanya bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Ketua Program Diploma III Agribisnis Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Shanti Emawati, S.Pt., MP selaku pembimbing magang dan penguji satu.
4. Ir. Lutojo, MP selaku penguji dua.
5. Pimpinan CV. Plesungan Raya beserta jajarannya.
6. Kedua orang tuaku yang selalu mendukung dan menyayangiku.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini dari awal sampai akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Teman-teman CATLEBREEDER 06 yang selalu kompak dan lucu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk memperbaiki kualitas tugas akhir ini. Dan pada akhirnya penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Surakarta, Mei 2009

Penulis

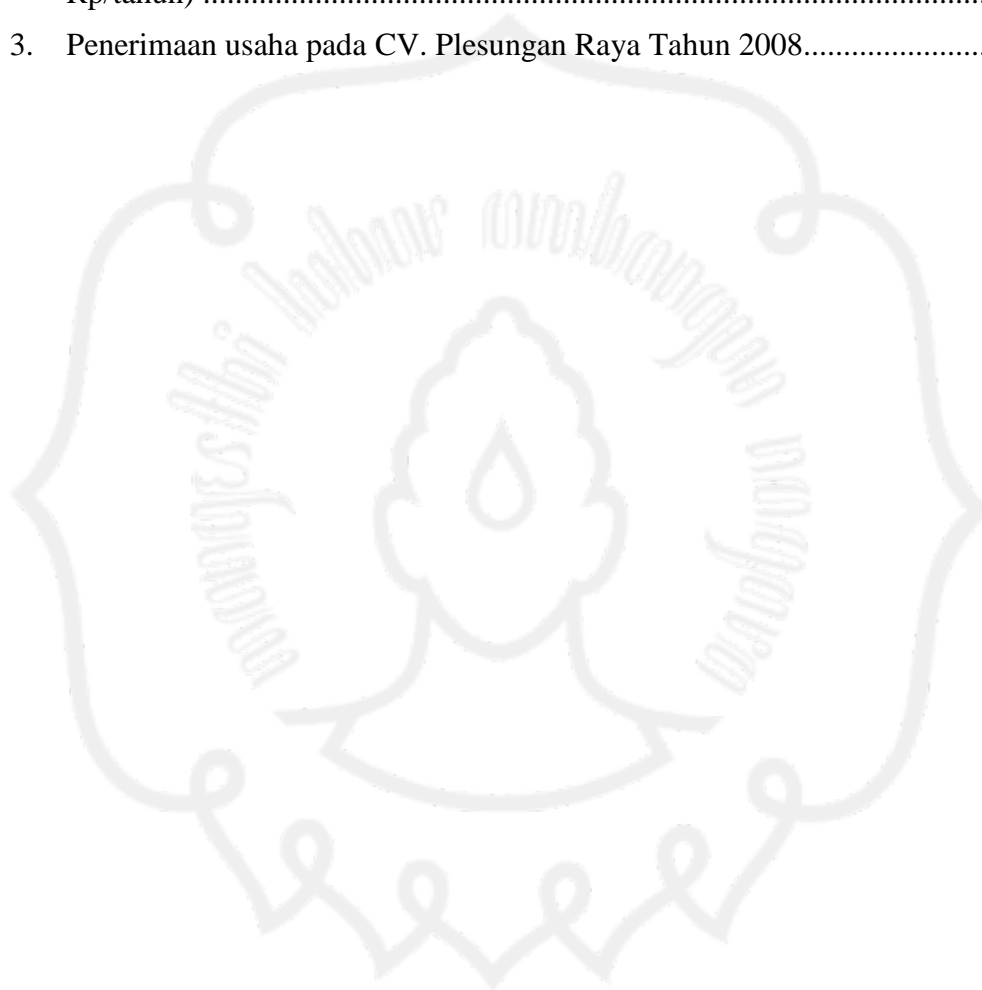
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Pelaksanaan Magang .....	2
1. Tujuan Umum .....	2
2. Tujuan Khusus .....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>4</b>
A. Sapi Potong .....	4
B. Permintaan dan Penawaran Sapi Potong.....	6
C. Pemasaran Sapi Potong.....	7
D. Saluran Pemasaran Sapi Potong .....	9
<b>BAB III. METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>11</b>
A. Waktu dan Tempat Magang Perusahaan .....	11
B. Materi Magang Perusahaan .....	11
C. Teknik Pengumpulan Data .....	11
D. Data Yang Dapat Diambil .....	12
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>14</b>
A. Kondisi Umum Perusahaan .....	14
1. Sejarah Perusahaan .....	14
2. Lokasi Perusahaan .....	15
3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	16
4. Peluang dan Kendala Perusahaan .....	17

B. Sistem Pemeliharaan Sapi Potong .....	18
1. Bangsa Sapi .....	18
2. Kandang .....	19
3. Pakan .....	20
4. Sanitasi .....	20
5. Pengendalian Penyakit .....	21
6. Pengolahan Limbah .....	22
7. Pemasaran .....	23
a. Segmentasi Pasar .....	23
b. Saluran Pemasaran .....	24
c. Perlakuan Sebelum Pemasaran .....	24
d. Promosi Pasar .....	24
8. Analisa Usaha .....	25
a. Investasi .....	25
b. Penyusutan .....	25
c. Biaya .....	26
d. Penerimaan .....	27
e. Pendapatan .....	28
f. <i>Payback Period of Credit</i> (PPC).....	28
g. <i>Benefit Cost Ration</i> (BCR).....	29
h. Efisiensi Usaha (rentabilitas) .....	29
i. <i>Break Event Point</i> (BEP) .....	30
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
A. Kesimpulan .....	32
B. Saran .....	32
DAFTAR PUSTAKA .....	33
LAMPIRAN	

**DAFTAR TABEL**

No	Judul	Halaman
1.	Investasi dan Penyusutan Investasi pada CV. Plesungan Raya Tahun 2009.....	26
2.	Biaya tetap dan biaya variabel CV. Plesungan Raya Tahun 2008 (dalam Rp/tahun) .....	27
3.	Penerimaan usaha pada CV. Plesungan Raya Tahun 2008.....	28



**DAFTAR GAMBAR**

No	Judul	Halaman
1.	Bagan Struktur Organisasi CV. Plesungan Raya .....	17
2.	Grafik BEP pada CV. Plesungan Raya .....	31





## DAFTAR LAMPIRAN

- | No | Judul   |
|----|---|
| 1. | Data Kuisisioner Kegiatan Magang CV. Plasungan Raya |
| 2. | Daftar Uraian Kegiatan Magana CV. Pleaungan Raya    |
| 3. | Denah Kandang CV. Plesungan Raya                    |
| 4. | Denah Lokasi CV. Plesungan Raya                     |



## ABSTRAK

Kegiatan Magang ini dilakukan pada bulan Pebruari sampai Maret 2009 dengan judul Manajemen Pemasaran Sapi Potong di CV. Plesungan Raya, Gondangrejo, Karanganyar.

Pemilihan judul magang dipilih karena penulis ingin menambah pengalaman pemeliharaan sapi potong khususnya dalam manajemen pemasaran sapi potong.

Hasil dari magang yang dilakukan di peternakan sapi potong di CV. Plesungan Raya adalah sapi potong jantan yang di jual dalam bentuk daging dari kapasitas kandang 126 ekor. Lama penggemukan selama 4-6 bulan dan pemotongan 5 ekor per hari, sapi hasil penggemukan inilah yang nantinya yang dapat dijual sebagai pemasukan dalam suatu usaha peternakan. Sapi-sapi tersebut terdiri dari berbagai macam bangsa sapi antara lain *Simmental*, *Limousin*, *Brangus*, dan Peranakan Ongole ( PO ). Pakan yang digunakan oleh peternakan ini adalah hijauan dan konsentrat (*Mowfeed* ). Kandang yang digunakan adalah kandang ganda sistem *head to head*. Limbah di peternakan ini tidak diolah, hanya dikumpulkan pada penampungan, dan setelah kering dijual ke petani.

Kata kunci : Pemasaran Sapi potong, *Mowfeed*

## ABSTRACT

Activity of this Magang done in February until March 2009 with the title of Fattening Management of CV. Plesungan Raya, Gondangrejo, Karanganyar.

Election of title of magang selected because writer want to had experience of conservancy of feedlot specially in Fattening management.

The result show that CV. Plesungan Raya have 25 beef tail of cage capacities 126 tail beefs. Fattening done during 4-6 months, result of this fattening aimed as inclusion in effort ranch. They consist for example Simmental, Limousin, Brangus, and Halfblooded of Ongole (PO). Feed for feedlot used concentrate ( Mowfeed ) and Grass field. Cage the used double cage and system of head head. Waste this ranch don't be processed, only collected at relocation, and after running dry to be sold to farmer copy in Boyolali.

Keyword : Marketing, Mowfeed

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sapi adalah hewan ternak terpenting dari jenis-jenis hewan ternak yang dipelihara manusia sebagai sumber daging, susu, tenaga kerja, dan kebutuhan manusia lainnya. Ternak sapi menghasilkan sekitar 50% kebutuhan daging di dunia, 95% kebutuhan susu, dan kulitnya menghasilkan sekitar 85%

Kebutuhan akan konsumsi daging sapi setiap tahun selalu meningkat, sementara itu pemenuhan akan kebutuhan selalu negatif, artinya jumlah permintaan lebih tinggi daripada peningkatan daging sapi sebagai konsumsi dimana sapi potong sebagai salah satu usaha perlu terus dikembangkan, terutama usaha peternakan sapi potong yang bersifat usaha keluarga (Murtidjo, 2001).

Kebutuhan akan konsumsi daging sapi di Indonesia tidak sebanding dengan peningkatan populasi ternak sapi potong. Menurunnya populasi suatu ternak merupakan salah satu sebabnya, sehingga masih perlu ditingkatkan perkawinan untuk menghasilkan ternak yang mempunyai sifat-sifat yang unggul. Hal ini membuat kebijaksanaan pemerintah subsektor peternakan, sapi sebagai salah satu usaha perlu terus dikembangkan dengan salah satu wujud nyata ialah dengan mendirikan sentra-sentra pembibitan (*Breeding Centre*).

Ternak potong di Indonesia memiliki arti yang sangat strategis, terutama dikaitkan dengan fungsinya sebagai penghasil daging, tenaga kerja, penghasil pupuk kandang, tabungan, atau sumber rekreasi. Arti yang lebih utamanya adalah sebagai komoditas sumber pangan hewani yang bertujuan untuk kesejahteraan manusia, memenuhi kebutuhan selera konsumen dalam rangka meningkatkan kualitas hidup, dan mencerdaskan masyarakat.

Perkembangan arus permintaan yang semakin pesat terhadap produk peternakan ini, tentu saja harus diimbangi dengan upaya melakukan penerapan teknologi yang semakin meningkat pula. Dimana untuk mengejanya tidak dapat dilakukan secara tradisional saja, tetapi harus diarahkan pada perkembangan industri yang memerlukan peranan manajerial. Peran

pentingnya adalah aspek pemasaran yang harus benar-benar disesuaikan dengan permintaan konsumen sehingga usaha yang dilakukan mendatangkan keuntungan ekonomis bagi para pelakunya. Dengan demikian, penerapan manajemen dalam industri peternakan harus dimulai dari sejak praproduksi sampai pasca panen dengan mengkaji pengaruh genetik dan lingkungan dalam keterpaduan trias komponen yaitu peternak, ternak, dan wilayahnya (Santosa, 2006).

Salah satu kegiatan yang menghasilkan dana adalah kegiatan pemasaran. Walaupun proses pemasaran ada di akhir rangkaian usaha peternakan, namun perencanaan sudah ada di awal berdirinya suatu usaha, secara tradisional para peternak menjual sapi-sapinya di pasar-pasar terdekat. Usaha peternakan yang sudah berorientasi pasar, bisa saja hasil usaha peternakan dipasarkan di lokasi yang berjauhan dengan lokasi usaha. Namun, hal ini tetap didasarkan pada pertimbangan ekonomis (Soeprpto dan Abidin, 2006).

CV. Plesungan Raya merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penggemukan sapi potong dan pemasaran hasil-hasil penggemukan yaitu berupa penjualan daging dan ikutan seperti hati, kulit, jerohan, tulang, dan lainnya. CV. Plesungan Raya beralamat di desa Plesungan, Gondangrejo, Karanganyar dimana CV ini memiliki sapi jenis unggul dan lokal di antaranya yaitu Limousin, Simmetal, Brahman, Angus, dan Peranakan Ongole.

## **B. Tujuan Pelaksanaan Magang**

1. Tujuan umum dari kegiatan magang adalah untuk:
  - a. Memperoleh pengalaman yang memadai dengan cara mengenali kegiatan-kegiatan di lapangan kerja yang ada dibidang peternakan.
  - b. Meningkatkan pemahaman mengenai hubungan antara teori dan penerapannya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi sehingga dapat menjadikan bekal ilmu yang lebih luas dalam terjun ke masyarakat.

- c. Memperoleh keterampilan kerja dan pengalaman kerja yang praktis yakni secara langsung dapat menjumpai, merumuskan serta memecahkan permasalahan yang ada dalam kegiatan dibidang peternakan.
  - d. Meningkatkan hubungan antara perguruan tinggi, pemerintah, instansi terkait dan masyarakat sehingga dapat meningkatkan mutu pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi.
2. Tujuan khusus antara lain :
- a. Memperoleh keterampilan dan pengalaman kerja dalam bidang peternakan sapi potong yang dilakukan di CV. Plesungan Raya
  - b. Memperoleh pengalaman dan keterampilan secara langsung dalam bidang manajemen pemasaran sapi potong.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Sapi Potong

Peternakan sapi di Indonesia sejak zaman dahulu telah berkembang sebagai suatu usaha sambilan hingga saat ini umumnya belum banyak didapati usaha peternakan sapi yang dikelola secara maju, demi mengejar keuntungan. Meskipun sejak dahulu beternak sapi dilakukan sebagai usaha sambilan dan tabungan juga sebagai tenaga kerja tapi di Indonesia terkenal sebagai gudang ternak dan sanggup mengekspor sapi sampai keluar negeri.

Sapi potong yang berkembang di Indonesia merupakan bangsa sapi tropis dan subtropis, terdiri dari sapi lokal dan sapi impor (Sarwono dan Arianto, 2002). Menurut Siregar (2007), sapi jantan maupun sapi betina dapat digunakan sebagai bakalan dalam usaha penggemukan sapi. Namun, sapi jantan lebih diminati daripada sapi betina karena pertambahan bobot badannya lebih cepat dibandingkan dengan sapi betina. Sapi yang dibutuhkan untuk usaha penggemukan dapat bersumber dari berbagai jenis sapi yang telah ada di Indonesia, termasuk jantan sapi perah dan berbagai jenis sapi yang dapat didatangkan dari luar negeri berupa sapi impor. Dengan demikian ada tiga sumber sapi bakalan yang dapat digunakan untuk usaha penggemukan, yaitu jenis sapi lokal, jenis sapi murni impor, dan jenis sapi persilangan.

Pada CV. Plesungan Raya dalam memilih jenis sapi yang akan di potong memiliki umur rata-rata 2-2,5 tahun dengan bobot rata-rata 450-650 kg setelah dipelihara selama 5-7 bulan. Akan tetapi dalam penerapannya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu biaya pembelian, biaya penyusutan, dan dapat/ tidaknya sapi yang akan disembelih dari pasar. Apabila dihitung, pemilik mendapatkan keuntungan maka sapi tersebut akan diambil untuk disembelih.

Simmental merupakan sapi potong turunan *Bostaurus* yang dikembangkan di lembah Simme, Switzerland, dan Swiss. Sapi ini tergolong sapi triguna, yaitu sebagai sapi potong, sapi perah, dan sapi kerja. Bulunya berwarna krem, agak coklat, atau merah seperti sapi Bali. Muka, keempat kaki mulai dari

lutut, dan ujung ekor berwarna putih. Pertumbuhan ototnya bagus dan penimbunan lemak di bawah kulit rendah.

*Limousin* merupakan sapi turunan *BosTaurus* yang berhasil dikembangkan di Prancis. Jenis sapi ini dicirikan dengan tubuhnya yang besar dan panjang serta dadanya yang besar dan berdaging tebal. Bulunya berwarna merah mulus.

Matanya dengan sorot yang awas. Kaki tegap dan mulai bagian lutut kebawah berwarna terang. Tanduk pada sapi jantan tumbuh keluar dan agak melengkung. Bobot badan sapi jantan dewasa mencapai 850 kg, sedangkan pada sapi betina dewasa 650 kg (Murtidjo, 2001).

Sapi Brahman berasal dari India yang merupakan keturunan dari sapi zebu (*Bos Indicus*). Di Amerika Serikat, sapi ini berkembang cukup pesat karena pola pemeliharaan dan sistem perkawinan yang terkontrol, sehingga penampilan beberapa parameter produksinya melebihi penampilan produksi di negeri asalnya. Sapi ini kemudian diekspor ke Australia dan disilangkan dengan sapi asal Eropa. Sistem pembibitan sapi yang sudah tercatat menyebabkan para podusen dan importir bibit dapat menentukan persentase darah sapi brahman yang dijualnya. Dari Australia inilah didapat sapi-sapi bakalan yang dipelihara untuk digemukkan di Indonesia (Abidin, 2002).

Sapi Aberdeen Angus merupakan salah satu jenis sapi daging yang terkenal di Amerika Serikat. Sapi ini berasal dari daerah yang beriklim dingin dan lembab disebelah utara Skotlandia sapi jenis ini mulai dimasukkan ke Amerika Serikat pada tahun 1873. Bentuk tubuhnya rata, lebar, dan mempunyai urat daging yang baik. Warna tubuhnya hitam seluruhnya, tetapi kadang kala terdapat warna putih pada bagian bawah dibelakang pusat (Siregar, 2007).

Sapi Brangus merupakan hasil persilangan antara sapi Aberdeen Angus dengan Brahman. Bulunya halus dan pada umumnya berwarna hitam atau merah. Sapi jenis ini tidak bertanduk, tetapi bergelambir, bertelinga, berpunuk kecil, dan



mempunyai kemampuan menyesuaikan diri terhadap perubahan iklim dan mampu pula menyesuaikan diri terhadap kualitas pakan yang tidak terlalu tinggi.

(Siregar, 2007).

## **B. Permintaan dan Penawaran Sapi Potong**

Pengertian permintaan dipergunakan untuk mengetahui hubungan jumlah barang yang bersangkutan dengan anggapan bahwa harga barang lainnya tetap. Hal ini dapat dijelaskan dengan kurva permintaan, yaitu kurva hubungan antara jumlah maksimum dari barang yang dibeli oleh konsumen dengan harga alternative pada waktu tertentu. Faktor yang mempengaruhi permintaan adalah jumlah penduduk, pendapatan, harga barang, harga barang lainnya, selera dan profesi konsumen (Soekarwati, 1993).

Pasar merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran. Ada penjual dan pembeli sehingga terjadilah tawar menawar sampai ada kesepakatan untuk melakukan transaksi pada harga yang disepakati itu. Proses itu dinamakan pasar, tidak peduli tempatnya. Harga yang telah disepakati adalah harga pasar, sekalipun proses itu melalui alat komunikasi berupa telpon (Rasyaf, 2003).

Penjual dan produsen ada disatu jalur yang merupakan sisi lain disamping pembeli pada suatu sistem pasar. Dalam hal ini terdapat penjual berjenjang yang biasa dikenal dengan pelaku pemasaran yang berawal dari peternakan sebagai produsen. Standar yang digunakannya tetap pada harga dan mengikuti sistem yang berlaku. Banyak sedikitnya keberadaan pembeli akan menentukan besarnya harga dari sudut penjual dan produsen. Penjual eceran lebih sulit dalam keluwesan persediaan barang sesuai dengan perubahan harga dan permintaan dipasar eceran sebagai akibat sifat produk peternakan yang tidak tahan lama. Hal ini menyebabkan dalam jangka pendek harga hasil peternakan dapat melambung tinggi dan dapat langsung jatuh sehingga persediaan barang tidak mungkin diadakan untuk menstabilkan harga atau untuk memenuhi permintaan konsumen yang melonjak (Rasyaf, 2000).

Kebijakan penetapan harga pasar mencakup harga-harga kebiasaan, lapisan harga dan pengawasan harga jual, potongan menurut jumlah dan

penetapan harga geografis. Untuk penetapan harga berdasarkan survei perlu diketahui mengenai keadaan harga pasar dan biaya penetapan harga. Tetapi apabila tidak dipenuhi maka sedikit orang yang ikut serta dalam penetapan harga pasar (Kristianto *et. al.*, 1996).

### C. Pemasaran Sapi Potong

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari seluruh kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem (Dharmmesta dan Handoko, 1997).

Satu-satunya kegiatan yang menghasilkan dana adalah kegiatan pemasaran. Walaupun proses pemasaran ada di akhir rangkaian usaha peternakan, tidak berarti pemasaran harus dipikirkan belakangan. Secara tradisional, para peternak menjual sapi-sapinya di pasar-pasar terdekat. Usaha peternakan yang sudah berorientasi pasar, bisa saja hasil usaha peternakan dipasarkan di lokasi yang berjauhan dengan lokasi usaha. Namun, hal ini tetap didasarkan pada pertimbangan ekonomis (Soeprapto, 2006).

Dalam mempelajari pemasaran ternak potong perlu dipahami perencanaan (*planning*) yang matang karena perencanaan tersebut harus dapat dilaksanakan sehingga merupakan titik pusat terbentuknya keuntungan perusahaan yang diharapkan. Tinggi rendahnya tingkat keuntungan yang diperoleh tergantung pada jumlah ternak yang terjual, tingkat keuntungan yang diperoleh per ekor, serta besarnya biaya produksi. Oleh karena itu, rumus tingkat keuntungan tersebut secara umum ditampilkan dalam rumus sebagai berikut.

Keuntungan = (Jumlah Ternak Terjual x Harga per Ekor) – Biaya Produksi

Untuk meningkatkan jumlah ternak yang dapat dijual antara lain ditempuh dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan permintaan, misalnya kelas dan *grade* ternak yang akan dijual harus sesuai dengan selera konsumen. Untuk meningkatkan keuntungan per ekor antara lain ditempuh dengan memenuhi kebutuhan dan kepuasan selera konsumen melalui pemilihan pasar dan menata cara pemasarannya. Untuk mengurangi biaya produksi ditempuh dengan cara mengefisiensikan penggunaan pakan, tenaga kerja dan penggunaan peralatan (Santoso, 2006).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan nama seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat pertukaran.

Konsep pertukaran mengarah ke konsep pasar. Suatu pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Para pembeli ini mempunyai kebutuhan dan keinginan yang sama dapat dipuaskan lewat pertukaran. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan bersedia menawarkan sumber daya ini dalam pertukaran untuk apa yang mereka inginkan. Aliran pemasaran dimulai dari pemasokan ke perusahaan pemasaran, kemudian keperantara pemasaran sampai pada konsumen (Kotler dan Amstrong, 1997).

Menurut Soekartawi (1993) bahwa manajemen pemasaran meliputi pembelian, *sortir/grading* ( membedakan barang berdasarkan ukuran dan kualitasnya ), penyimpanan, pengangkutan, dan transaksi penjualan. Stanton (1998) menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran kemungkinan besar dapat

dicapai jika perusahaan mendaya gunakan perencanaan pemasaran setrategis yaitu penentuan tujuan pemasaran, menyeleksi target pemasaran, dan mengembangkan suatu bauran strategis untuk mencapai tujuan.

#### **D. Saluran Pemasaran Sapi Potong**

Jalur pemasaran dimulai sejak hasil peternakan dikeluarkan dari peternak hingga diterima konsumen akhir. Untuk kegiatan ini tentu pihak lain dilibatkan seperti perorangan atau lembaga, sedangkan pelakunya dapat peternak sendiri ataupun orang lain. Semua hasil peternakan ada pengumpul baik tingkat pertama maupun tingkat akhir. Lembaga pengumpul yang berada ditingkat pertama inilah yang sering datang dan mengumpulkan produk peternakan. Lembaga ini sering disebut lembaga pengumpul. Ditingkat berikutnya ada distributor atau pelaku ditengah jalur tata niaga dalam berbagai bentuk usahanya, termasuk unit pengolahan atau usaha pengolahan hasil peternakan. Kemudian ditingkat akhir pada pengecer di pasar atau pengusaha restoran dan usaha sejenisnya (Rasyaf, 2003).

Fungsi saluran pemasaran meliputi informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan resiko, dan pemilikan fisik. Informasi terdiri dari pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran melalui pelanggan, pesaing dan pelaku lain serta kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang potensial dan yang ada saat ini. Promosi yaitu meliputi pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif mengenai penawaran

yang dirancang untuk menarik pelanggan. Negosiasi merupakan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan. Pemasaran merupakan komunikasi dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai niat untuk membeli. Pembiayaan merupakan perolehan dan alokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda. Pengambilan resiko merupakan asumsi resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut. Pemikiran fisik merupakan kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir (Kotler dan Susanto, 2001).

Dari pemasaran hasil peternakan dapat diperoleh sejumlah uang untuk menutupi biaya produksi dan juga diperoleh keuntungan. Dalam hal ini dikenal jalur pemasaran singkat dan jalur pemasaran panjang. Jalur pemasaran singkat merupakan upaya untuk memperpendek jalur pemasaran yang ada, artinya peternak langsung menjual hasil peternakan kepada pembeli akhir. Jalur pemasaran panjang merupakan cara untuk ikut serta pada setiap tahapan jalur pemasaran itu, dalam hal ini peternak sangat berperan (Rasyaf, 2001).

### III. METODE PELAKSANAAN

#### A. Waktu Dan Tempat Magang Perusahaan

Praktek magang dilaksanakan pada tanggal 9 Februari sampai 9 Maret 2009, bertempat di CV. Plesungan Raya yang beralamatkan di desa Plesungan RT 04/02, Gondangrejo, Karanganyar.

#### B. Materi Magang Perusahaan

1. Kondisi umum peternakan di CV. Plesungan Raya milik Bapak Guntur Wiyono.
2. Kegiatan pemeliharaan sapi potong yang dilakukan di peternakan CV. Plesungan Raya.
3. Manajemen pemasaran sapi potong di peternakan CV. Plesungan Raya.

#### C. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan harus akurat sehingga tercapai keyakinan akan suatu kebenaran yang relevan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain ;

##### 1. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan melihat secara langsung tentang situasi, kondisi, serta berbagai hal yang terjadi di kandang dan lingkungan yang berhubungan dengan praktek lapangan.

##### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan responden. Responden dalam hal ini antara lain pimpinan CV. Plesungan Raya, Divisi sapi atau pihak-pihak yang sekiranya dianggap perlu untuk didapat informasinya.

3. Catatan yang ada di perusahaan peternakan

Metode ini dilakukan dengan cara melihat data-data yang dimiliki peternakan untuk mengetahui data yang diperlukan guna menyusun laporan magang.

4. Studi pustaka

Metode ini dilakukan untuk mencari data pembanding yang ada di perusahaan peternakan dari literature, dari buku maupun jurnal yang berhubungan dengan kegiatan guna menyusun laporan magang.

#### **D. Data yang diambil**

Sumber data diperoleh berdasarkan

1. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan target dari pemasaran produk yang bersangkutan (dalam hal ini sapi) misal konsumen kalangan menengah ke atas, masyarakat umum dan lain-lain.

2. Saluran pemasaran

Saluran pemasaran merupakan urutan tata niaga dari produk yang bersangkutan (dalam hal ini sapi dan produk olahannya).

3. Perlakuan sebelum pemasaran

Perlakuan sebelum pemasaran merupakan suatu perlakuan atau tindakan sebelum dipasarkan misalnya apakah dilakukan pemeriksaan kesehatan, ternak (dalam hal ini sapi) dimandikan agar terlihat lebih bersih.

4. Promosi pasar

Promosi pemasaran merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk calon konsumen. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, sales, atau secara spontanitas (dari mulut kemulut)

5. Studi pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mencari data yang ada di perusahaan dan dari buku maupun jurnal yang berhubungan dengan kegiatan guna menyusun laporan magang.



Data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber antara lain :

a. Identitas perusahaan

Untuk bisa mengetahui identitas perusahaan maka bisa ditanyakan kepada pemilik atau orang yang mengetahuinya. Yang perlu diketahui dari identitas perusahaan antara lain nama perusahaan, izin usaha dan pemilik perusahaan.

b. Sejarah perkembangan perusahaan

Sejarah perkembangan perusahaan meliputi tahun berdiri, tujuan usaha, dan modal awal perusahaan. Untuk bisa mendapatkan informasi tersebut bisa ditanyakan langsung kepada pemilik atau orang yang mengetahuinya.

c. Prospek dan hambatan yang dihadapi

Prospek perusahaan merupakan suatu hal yang menggambarkan perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang, sedangkan hambatan merupakan suatu hal yang dapat menghalangi perkembangan perusahaan. Untuk mendapatkan informasi tentang prospek dan hambatan yang dihadapi perusahaan dapat ditanyakan kepada pemilik perusahaan atau orang yang mengetahuinya.

d. Organisasi kepegawaian

Organisasi kepegawaian merupakan suatu hal yang menggambarkan kondisi orang-orang yang berkecimpung dalam perusahaan tersebut. Organisasi kepegawaian meliputi struktur organisasi, gambaran kondisi kepegawaian dan jumlah tenaga kerja.



## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Kondisi Umum Perusahaan

#### 1. Sejarah perusahaan

CV. Plesungan Raya adalah perusahaan yang bergerak di bidang peternakan sapi potong ( *Fattening* ) yang berdiri pada tanggal 15 Juli 2002 yang beralamatkan di Dusun Plesungan Raya RT 04 RW II, Kelurahan Plesungan, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Peternakan ini milik Bapak Guntur Wiyono. Pada awalnya peternakan ini memelihara 25 ekor sapi dengan berbagai macam jenis bangsa sapi. Bangsa bangsa Sapi yang dipelihara antara lain bangsa *Simmental*, Peranakan *Ongole* (PO), *Limousin*, *Brangus*. Bakalan sapi diperoleh dari pasar, pedagangnya (*blantik*) dan warga di daerah sekitar. Untuk mendapatkan bakalan-bakalan tersebut, pemilik sekaligus pengelola peternakan yaitu Bapak Guntur Wiyono terjun langsung ke lapangan. Pengadaan bakalan masih terus saja didatangkan dengan pembelian bakalan menggunakan sistem tafsiran (*jogrokan*).

Hal - hal yang melatar belakangi berdirinya peternakan sapi ini adalah :

- a. Desa Plesungan khususnya merupakan daerah yang mempunyai topografi dan klimatologi yang cukup baik untuk pengembangan usaha ternak khususnya peternakan sapi potong, karena daerah ini mempunyai suhu sekitar 28° C dengan curah hujan dan sinar matahari yang cukup, sehingga sangat cocok untuk lokasi peternakan. Daerahnya yang datar sehingga mempermudah akses kegiatan peternakan.
- b. Ketersediaan bahan pakan yang cukup, yaitu membeli dari pasar-pasar hewan, yakni Pracimantoro, Wuryantoro, dan Ngadirojo (Wonogiri), Bekonang (Sukoharjo), Pacitan (Jawa Timur), Wirosari (Blora) dan Sragen. Pakan hijauan berasal dari sisa produksi pertanian yang berupa jerami padi yang didapat dari sekaresidenan Surakarta.

- c. Tersedianya tenaga kerja lokal yang cukup banyak dan potensial, sehingga dengan diberikannya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan cara pemeliharaan ternak sapi, maka dapat menyerap tenaga kerja lokal sebagai tenaga kerja lapangan.

Usaha peternakan dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga dapat membantu perekonomian dengan menjadikannya tenaga kerja. Memanfaatkan limbah peternakan untuk dijadikan pupuk kompos. Limbah padat dibuat kompos yang kandungan haranya lengkap yang dapat dipergunakan untuk menyuburkan tanah. Untuk limbah cair sekarang belum diolah dan masih dibuang atau dialirkan ke persawahan. Kompos dipasarkan dan dipakai untuk memupuk lahan tembakau, lahan pisang, jati, dan rumput kolonjono. Untuk pemasaran pupuknya sudah ada yang membeli yakni petani di Boyolali untuk memupuk lahan tembakau.

Perusahaan ini didirikan dengan melihat peluang pasar yang cukup luas yaitu dengan melihat kebutuhan atau konsumsi masyarakat Indonesia yang semakin meningkat dari tiap tahunnya. Mengenai konsumsi produk - produk peternakan khususnya daging, dengan melihat hal tersebut peternakan ini mempunyai kios khusus menjual daging dan hasil pengolahan daging seperti, dendeng, abon, kripik paru, dan bakso. Perusahaan ini mempunyai visi yaitu untuk memenuhi kebutuhan daging di daerah ini agar tidak tergantung dari luar.

## 2. Lokasi peternakan

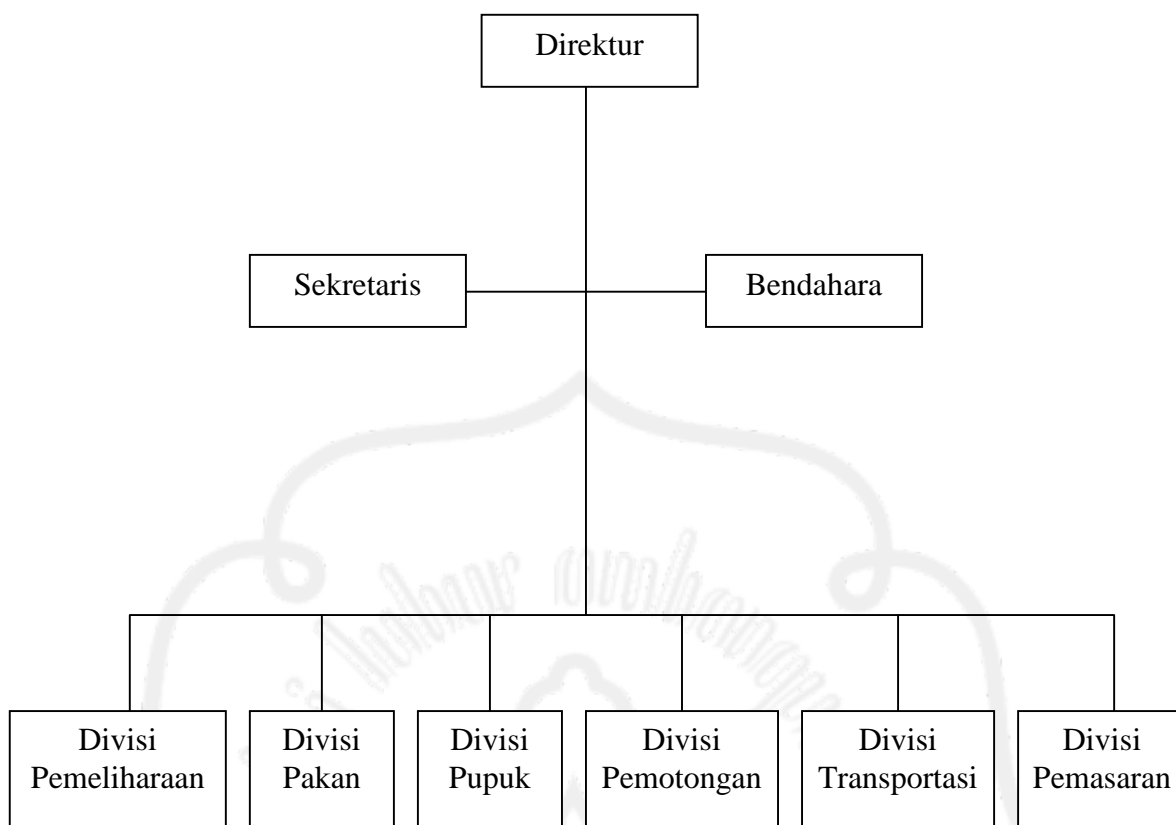
Peternakan sapi potong CV. Plesungan Raya adalah usaha peternakan yang bergerak dibidang usaha penggemukan sapi potong yang berlokasi di desa Plesungan, Kec. Gondangrejo, Kab. Karanganyar. Daerah ini terletak di dataran rendah dengan keadaan topografi tanah yang datar dengan suhu 28°C. Hal ini sesuai dengan pendapat Abidin (2002) yang menyatakan bahwa pada umumnya sapi potong dapat tumbuh optimal di daerah dengan kisaran suhu 10°C – 27°C.

Lokasi kandang berdekatan dengan pemukiman penduduk dengan jarak  $\pm$  30 m. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat yang menyatakan bahwa sebaiknya lokasi peternakan cukup jauh dari pemukiman agar bau dari limbah peternakan tidak mengganggu pemukiman penduduk sekitar kandang, jarak kandang dari tempat pemukiman minimum 50 meter (Sarwono dan Arianto, 2002). Lokasi peternakan cukup ideal dilihat dari ketersediaan bahan pakan dan sumber air. Hal ini berkaitan dengan pernyataan Santoso (2006) bahwa lokasi usaha jauh dari pemukiman penduduk serta dekat dengan sarana transportasi, dekat dengan sumber air dan dekat dengan sumber bahan pakan. Pemilihan lokasi penggemukan sapi tergantung diantaranya pada geografi dan topografi, ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan bahan pakan, sumber air, transportasi dan ketersediaan sapi bakalan.

Batas wilayah peternakan yaitu sebelah Barat berbatasan dengan lahan pertanian, batas sebelah timur berbatasan dengan lahan pertanian dan Perumnas, batas sebelah Utara berbatasan dengan perumahan penduduk, sedangkan batas Selatan berbatasan dengan kebun jati.

### 3. Struktur organisasi perusahaan

Struktur organisasi sangat dibutuhkan untuk operasional suatu perusahaan. Fungsi struktur organisasi adalah untuk menentukan seorang tenaga kerja bertanggung jawab terhadap pekerjaan dan kepada siapa harus melaporkan hasil kegiatannya. Ini diperlukan agar setiap tenaga kerja mengetahui hak dan kewajibannya. Struktur organisasi secara lengkap dapat dilihat pada bagan berikut :



Gambar 1. Bagan Struktur Organisasi CV. Plesungan Raya

#### 4. Peluang dan kendala perusahaan

Peluang yang dimiliki perusahaan peternakan CV. Plesungan Raya untuk berkembang masih terbuka lebar. Meningkatnya permintaan daging serta lokasi pemasaran yang luas juga mendorong perusahaan ini masih bisa mengembangkan usahanya. Keuntungan peternakan dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan juga dijadikan modal untuk pengembangan perusahaan untuk jangka panjang.

Kendala yang ada di CV. Plesungan Raya ini antara lain masalah Sumber Daya Manusia (SDM) khususnya tenaga kerja kandang yang kurang memperhatikan akan kesehatan sapi dan kurang peka terhadap perlakuan pakan ternak. Dimana ada sapi yang tidak suka terhadap pakan yang diberikan, padahal pakan itu bisa diganti dengan pakan yang lain yang disukai oleh sapi tersebut.

## **B. Sistem Pemeliharaan Sapi Potong**

### **1. Bangsa Sapi**

Di atas segala nilai ekonomis seekor sapi, pada akhirnya sapi akan menjadi penghasil daging. Sapi-sapi yang dipekerjakan sebagai pembajak sawah atau ternak-ternak perah yang tidak produktif lagi biasanya akan menjadi ternak potong. Umumnya, mutu daging yang berasal dari sapi-sapi afkiran ini tidak terlalu baik. Meskipun demikian, ada beberapa jenis sapi yang memang khusus dipelihara untuk digemukkan karena karakteristik yang dimilikinya, seperti tingkat pertumbuhannya cepat dan kualitas daging cukup baik. Sapi-sapi inilah yang umumnya dijadikan sebagai sapi bakalan, yang dipelihara secara intensif selama beberapa bulan, sehingga diperoleh pertambahan berat badan yang ideal untuk dipotong (Abidin, 2002). Menurut Soeprapto dan Abidin (2006) ada beberapa jenis sapi potong yang menyebar di wilayah Indonesia. Di antaranya Sapi Bali, Ongole, peranakan Ongole, dan Sapi Madura.

Pada perusahaan CV. Plesungan Raya memiliki berbagai macam jenis sapi baik lokal maupun hasil persilangan seperti sapi PO, Limousin, Simmetal, Brahman, Angus, dan Brangus.

Ciri-ciri sapi brahman adalah warnanya bervariasi mulai dari abu-abu muda, belang-belang, hingga hitam. Sapi Brahman memiliki punuk dibelakang kepala, memiliki telinga yang berpendulous panjang serta adanya pendulous yang longgar sepanjang leher. Kelebihan sapi Brahman adalah memiliki ketahanan terhadap kondisi tata laksana yang minimal, toleransi terhadap panas, dan memiliki kemampuan untuk mengasuh anak, memiliki daya tahan terhadap penyakit dan parasit. Kelemahan dari sapi Brahman adalah memiliki toleransi yang rendah terhadap suhu udara yang rendah dan memiliki fertilitas yang rendah (Blakely dan Bade, 1991).

Sapi Angus memiliki ciri-ciri antara lain berwarna hitam, tidak betanduk, mempunyai bulu yang halus, dan ukuran badannya relative kecil. Kelebihan dari Sapi Angus adalah mempunyai ketahanan terhadap hawa dingin, mempunyai kemampuan memelihara anak dan menyusui

yang baik, tidak mengalami kesulitan pada waktu melahirkan, memiliki fertilitas yang tinggi, memiliki kualitas karkas yang baik dengan tulang yang kecil, perdagingan baik dan persentase lemak yang rendah. Kekurangan dari sapi Angus adalah ukuran badannya yang kecil, dan pada padang penggembalaan jantan tidak suka membuntuti betina (Blakely dan Bade, 1991).

Sapi Brangus merupakan tipe sapi yang menghasilkan daging yang baik. Karkas sapi Brangus di Kabupaten Sragen dapat mencapai  $\pm 53\%$  dengan kualitas daging protein 11,5% dan lemak 8,8% dan menurut hasil uji laboratorium Balai Penyidikan dan Pengujian Veteriner (BPPV) Yogyakarta dinyatakan sebagai daging yang baik.

## **2. Kandang**

Kandang sapi berfungsi sebagai tempat tinggal dan juga untuk perlindungan terhadap berbagai aspek lingkungan seperti cuaca yang menimbulkan ketidaknyamanan ternak (Siregar, 2004). Kapasitas untuk kandang di CV. Plesungan Raya adalah mampu menampung sebanyak 152 ekor sapi.

Ukuran untuk satu ekor sapi adalah panjang 225 cm dan lebar 125 cm dengan dibagian tengahnya mempunyai jalur untuk memberikan pakan dan minum dengan atap tertutup. Kandang dibatasi dinding, dengan lantai dari semen.

Konstruksi kandang di CV. Plesungan Raya sudah cukup bagus dan kuat, hal itu dapat dilihat dari kandang yang dikelilingi oleh tembok yang kuat sehingga dapat menyangga atap dengan baik. Dinding dibuat dengan tembok sehingga kuat dan kokoh dengan ada ventilasi dengan atap sehingga udara dan sinar matahari dapat keluar masuk. Lantai kandang mempunyai kemiringan sebesar 5% sehingga urin dapat langsung mengalir ke dalam selokan dan memudahkan untuk membersihkan feses. Atap dari genting yang mudah menyerap panas dengan baik. Tempat pakan dan minum sejajar memanjang di bagian tengah. Tempat pakan konsentrat berukuran panjang 70 cm, lebar 40 cm dan tinggi 30 cm, tempat minum

mempunyai panjang 90 cm, lebar 40 cm dan tinggi 30 cm, sedangkan pada tempat pakan jerami berukuran panjang 240 cm, lebar 48 cm, dan tinggi 30 cm.

### 3. Pakan

Berdasarkan sumber bahan pakannya, sapi termasuk hewan *hebevora*, yakni pemakan tumbuhan. Hampir seluruh pakannya memang berasal dari tumbuhan. Tumbuh-tumbuhan memiliki sel dengan struktur yang lebih kompleks jika dibandingkan dengan sel hewan, sehingga untuk mencerna tumbuh-tumbuhan diperlukan proses-proses khusus yang jauh lebih sulit, terutama jika dibandingkan dengan hewan pemakan serangga atau pemakan hewan lainnya (*carnivora*) ( Abidin, 2002).

Menurut Sarwono dan Arianto (2006) pada dasarnya sumber pakan sapi dapat disediakan dalam bentuk hijauan dan konsentrat. Satu hal yang terpenting adalah pakan dapat memenuhi kebutuhan protein, karbohidrat, lemak, vitamin dan mineral.

Pada tata laksana pakan di CV. Plesungan Raya, jenis pakan yang diberikan adalah jerami kering dan konsentrat. Pakan jerami untuk memenuhi kebutuhan serat kasar, sedangkan konsentrat untuk memenuhi sumber protein, sedangkan konsentrat yang diberikan yaitu Mowfeed. Air minum diberikan *ad libitum* setiap hari.

Sistem pemberian pakan konsentrat dilakukan dua kali sehari yaitu pagi pada pukul 05.30 WIB dan siang pukul 11.30 WIB. Setelah pakan konsentrat habis selanjutnya pada pukul 15.00 WIB di berikan pakan berupa jerami kering yang sebelumnya di jemur dahulu dan di taburi air garam hal ini dilakukan untuk meningkatkan nafsu makan pada sapi dengan rasa asin pemberian sampai pagi hari antara pukul 04.00 WIB.

### 4. Sanitasi

Program sanitasi yang dilakukan perusahaan pemandian sapi tiap pagi hari, pembersihan tempat air minum, pembersihan tempat pakan, pembersihan selokan atau saluran pembuangan, dan mengangkat kotoran sapi. Semua kegiatan itu dilakukan setiap pagi hari. Pembersihan tempat



minum bertujuan untuk membuang pakan atau konsentrat yang ada pada tempat minum dan juga untuk menghindari tumbuhnya lumut dan bibit penyakit. Tiap hari juga dilakukan penyapuan kandang.

Setiap hari pengawas selalu melakukan pengontrolan kondisi sapi apabila ada yang sakit, Hal ini bertujuan untuk menghindari penularan penyakit terhadap sapi yang lain.

## 5. Pengendalian Penyakit

Penyakit merupakan ancaman yang harus diwaspadai peternak. Walaupun serangan penyakit tidak langsung mematikan ternak, tetapi dapat merusak citra, menimbulkan masalah kesehatan yang berkepanjangan, menghambat pertumbuhan, dan mengurangi pendapatan atau keuntungan ( Sarwono dan Arianto, 2006).

Program pengendalian penyakit pada CV. Plesungan Raya dilakukan untuk pencegahan penyakit. Program vaksinasi pada ternak sapi tidak dilakukan hanya dengan pemberian obat cacing pada sapi yang baru di beli dengan ukuran 3 butir untuk sapi sedang dan 4 butir untuk sapi dewasa, selanjutnya minimal 4 jam kemudian di suntik dengan vitamin B kompleks dan larutan injeksi dengan dosis vitamin B kompleks dan larutan injeksi di campur adalah 20 cc untuk sapi sedang dan 30 cc untuk sapi dewasa.

Hewan yang sering mengganggu ternak sapi potong di CV. Plesungan Raya adalah adanya lalat. Adanya lalat tersebut membuat penyakit pada sapi terutama pada sapi brangus. Hal ini karena adanya lalat membuat daerah sekitar mata pada sapi brangus rawan terkena penyakit koreng. Koreng tersebut timbul disekitar mata sapi Brangus. Namun adanya penyakit tersebut hanya bersifat musiman artinya apabila lalat tersebut tidak ada maka penyakit tersebut akan hilang dengan sendirinya.

Jenis penyakit lain yang sering menyerang ternak sapi potong yang ada di CV. Plesungan Raya meliputi demam, perut kembung (*bloat*), mencret (*calf scours*), cacingan, luka lecet. Apabila ternak terkena demam maka pengobatan yang dilakukan adalah dengan disuntik antibiotik,



sedangkan penyakit perut kembung (*bloat*) bisa diobati dengan menggunakan penicillin untuk membasmi bakteri penghasil gas, atau bisa juga ditrokar (ditusuk jarum), selain itu memasukkan selang melalui mulutnya. Penyakit mencret (*calf scours*) dapat diobati dengan memberikan antibiotik.

Sapi yang terkena penyakit cacingan akan mengalami hambatan pertumbuhan berat tubuh. Jenis penyakit cacing antara lain penyakit cacing hati, penyakit ini dapat dicegah dengan cara menghindari pemberian hijuan yang terkontaminasi dengan siput, pengobatan cacing hati dilakukan dengan dovenik. Penyakit cacing gelang merupakan penyakit yang menetap di usus kecil sapi, menyebar kedalam jaringan otot dan bisa bergerak mengikuti peredaran darah. Pencegahan setiap 2 bulan sekali diberi obat cacing lewat air minum. Pengobatan dengan piperazin dengan dosis 220 mg/kg berat tubuh sapi lewat air minum. Penyakit cacing lambung merupakan penyakit cacing yang berdiam di lambung asam dan menghisap darah. Pencegahannya adalah dengan tidak memberikan pakan hijuan yang berembun. Pengobatannya dengan valbezen lewat air minum.

Sapi yang terluka atau lecet akibat benturan benda keras, terjatuh, ataupun terjat tali sehingga membuat robeknya lapisan kulit. Hal ini dapat diobati dengan menggunakan *Gussanex* untuk mencegah adanya lalat sekaligus untuk mengeringkan dan menandai luka.

## 6. Pengolahan Limbah

Masalah paling merepotkan dalam peternakan sapi adalah penanganan limbah kandang, terutama feses (kotoran padat) dan urine (air kencing). Limbah kandang yang berupa kotoran ternak, baik padat (feses) maupun cair (air kencing, air bekas mandi sapi, air bekas mencuci kandang dan prasarana peternakan sapi) serta sisa pakan yang tercecer merupakan sumber pencemaran lingkungan paling dominan di areal peternakan sapi potong. Volume limbah kandang tersebut dalam jumlah banyak dan baunya menyengat. Untuk itu, limbah organik ini perlu ditangani segera agar tidak menimbulkan ketidaknyamanan lingkungan (Sarwono dan Arianto, 2006).

Limbah peternakan apabila tidak diolah dengan baik akan menimbulkan pencemaran lingkungan. Oleh karena itu CV. Plesungan Raya mengembangkan pengelolaan limbah peternakan antara lain dengan pengolahan pupuk padat (kompos) sebagai pupuk kandang yang sudah di berikan tempat penampungan sendiri sehingga dengan adanya pengolahan tersebut maka pencemaran lingkungan dapat diatasi dan dapat menghasilkan penerimaan dari penjualan pupuk organik tersebut. Selain itu tujuan dari pengolahan limbah adalah untuk memperoleh penerimaan, hasil dari penjualan tersebut dapat digunakan untuk menutup biaya operasional.

## **7. Pemasaran**

### **a. Segmentasi Pasar**

Pemasaran dari suatu perusahaan mempunyai beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Tahap-tahap tersebut antara lain informasi pasar, segmentasi pasar, penetapan harga, strategi pemasaran, strategi distribusi dan strategi promosi. Pengumpulan informasi dapat eksternal dan melalui usaha-usaha riset pasar spesifik yang dilakukan perusahaan yang bersangkutan (Kotler dan Armstrong, 1997).

Segmentasi pasar dilakukan perusahaan dengan tiga macam cara yaitu informasi yang ingin dapat dilakukan perusahaan sendiri, sumber-sumber dari perusahaan CV. Plesungan Raya berdasarkan letak geografisnya antara lain meliputi kota Surakarta, Sragen, Karanganyar, dan sekitarnya. Wilayah-wilayah pemasaran tersebut diharapkan target dapat terpenuhi. Segmentasi pasar dari CV. Plesungan Raya telah memenuhi syarat yaitu dengan mengukur suatu keadaan dimana perusahaan dapat secara efektif memusatkan usaha pemasaran pada segmentasi yang dipilih dan cukup menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Rasyaf (1996) bahwa segmentasi pasar bertujuan untuk mendekatkan produk peternakan yang akan dijual dengan kebutuhan konsumen.

**b. Saluran Pemasaran**

Salah satu fungsi pokok yang harus diutamakan yaitu dengan memperlancar arus penjualan dari produsen ke konsumen dengan strategi yang tepat dengan melakukan distribusi. Alternatif saluran distribusi yang diterapkan dalam memasarkan sapi potong yaitu pembeli datang langsung ke CV. Plesungan Raya dan untuk pemasaran daging CV. Plesungan Raya memberlakukan dua cara yaitu konsumen datang sendiri ke kios dan CV. Plesungan Raya mengantarkan dagingnya ke pelanggan seperti supermarket, warung makan, dan kios-kios pemasaran daging sapi, sedangkan olahannya seperti bakso, dendeng, dan abon sistem pemasarannya adalah dengan datang sendiri ke kios CV. Plesungan Raya. Proses pemasaran yang terjadi relatif sederhana, transaksi terjadi secara langsung. Harga sapi, daging, dan produk olahannya yang dijual disesuaikan dengan harga pasar, oleh karena itu pihak CV. Plesungan Raya sering mengadakan survei harga di pasar-pasar, baik pasar tradisional maupun pasar hewan tujuannya untuk memperoleh harga.

**c. Perlakuan Sebelum Pemasaran**

Pada saat ternak akan dijual perlu diadakan perlakuan sebelum pemasaran. Perlakuan sebelum pemasaran yang dilakukan yaitu dengan memandikan hewan ternak, tujuannya agar ternak terlihat bersih sehingga pembeli merasa senang dan puas. Perlu juga dilakukan penimbangan agar diketahui bobot ternak, sehingga pembeli dapat langsung tahu bobot ternak tanpa ada keraguan. Selain itu perlu juga dilakukan pemeriksaan kesehatan sapi agar terlihat jelas kondisi sapi dalam keadaan sehat, hal ini dilakukan agar konsumen tidak kecewa.

**d. Promosi Pasar**

Promosi pasar sangat diperlukan dalam dunia bisnis, hal ini dilakukan agar konsumen mengetahui akan produk yang akan di pasarkan. Promosi yang dilakukan yaitu secara langsung, hanya melalui kerja sama dengan pedagang, pembeli tetap, atau konsumen

secara umum yang sudah lama terjalin sejak berdirinya CV. Plesungan Raya.

## **8. Analisa Usaha**

Pencatatan adalah hal yang paling penting dalam menjalankan setiap jenis usaha, termasuk usaha penggemukan sapi potong. Pencatatan baik pengeluaran maupun pendapatan, dalam jumlah besar maupun kecil harus dilakukan dengan teliti, sehingga analisis yang diperhitungkan laba-rugi suatu usaha bisa dilakukan dengan hasil yang mencerminkan potensi usaha. Dalam sistem usaha peternakan yang masih bersifat tradisional, pencatatan tidak terlalu diperlukan, karena fungsi ternak hanya sebagai tabungan. Dalam usaha peternakan yang berorientasi bisnis dan mengharapkan keuntungan besar, seluruh pengeluaran dan pendapatan harus diperhitungkan.

Menurut Abidin (2002) agar perhitungan secara ekonomis dapat dilakukan secara akurat, perlu dilakukan pemisahan antara biaya investasi dan biaya produksi (variabel) yang dikeluarkan selama masa usaha. Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli atau menyewa barang yang tidak habis dipakai dalam satu kali masa produksi, misalnya biaya pembelian lahan usaha, pembuatan kandang, sewa kendaraan pengangkut. Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan produksi sapi yang biasanya habis dalam satu kali masa produksi, misalnya biaya pembelian sapi bakalan, pembelian bahan pakan, gaji tenaga kerja, dan biaya pengobatan.

### **a. Investasi**

Menurut Sukirno (1994) investasi adalah modal yang digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan, untuk memperluas volume usaha atau mengganti peralatan seperti mesin-mesin, bangunan atau barang modal lainnya.

### **b. Penyusutan**

Menurut Iwansyah (2003) biaya penyusutan merupakan pengalokasian biaya investasi suatu proyek pada setiap tahun sepanjang pengalokasian biaya investasi suatu proyek pada setiap

tahun sepanjang umur ekonomis proyek tersebut dan untuk menjamin agar angka biaya operasional yang dimasukkan dalam neraca rugi / laba tahunan dapat mencerminkan adanya biaya modal yang digunakan. Menurut Purwoto (2002) rumus penyusutan adalah :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Nilai awal} - \text{Nilai akhir}}{\text{Umur ekonomi}}$$

Penyusutan investasi pada Perusahaan CV. Plesungan Raya tahun 2009 tercantum dalam tabel 1.

Tabel 1. Investasi dan penyusutan investasi pada CV. Plesungan Raya pada tahun 2009

Jenis	Jumlah	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Umur (tahun)	Penyusutan (Rp)
Tanah	7200m <sup>2</sup>	1.50.000.000	200.000.000	10	0
Kandang	1	230.000.000	195.000.000	7	5.000.000
Gudang pupuk	1	8.500.000	6.400.000	7	300.000
Gudang jerami	1	14.500.000	11.000.000	7	500.000
Gudang pakan	1	9.500.000	7.400.000	7	300.000
Kantor	1	95.700.000	93.250.000	7	350.000
Mes	1	27.300.000	23.450.000	7	550.000
Sumur + tower air	1	12.500.000	10.400.000	7	300.000
Motor	4	52.000.000	43.600.000	3	1.200.000
Mobil	2	75.000.000	66.000.000	3	3.000.000
<b>Total</b>		<b>675.000.000</b>	<b>656.500.000</b>		<b>11.500.000</b>

Sumber :Data sekunder Perusahaan CV. Plesungan Raya (Tahun 2009)

### c. Biaya

Biaya menurut Sudarsono (1997) adalah semua beban yang harus ditanggung untuk menyediakan barang agar siap untuk dipakai konsumen. Biaya terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang dalam batas tertentu jumlahnya tetap walaupun terjadi perubahan pada tingkat kegiatan atau volume produksi perusahaan, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang seluruhnya bertambah atau berkurang bila volume produksi diperbesar atau diperkecil. Biaya tetap dan biaya variabel pada Perusahaan CV. Plesungan Raya tercantum pada tabel 2.

Tabel 2. Biaya tetap dan biaya variabel CV. Plesungan Raya tahun 2008 (dalam Rp/tahun)

Jenis Biaya		
Biaya tetap		
Listrik Rp. 250.000 x 12	3.000.000	
Gaji pegawai 825.000 x 18	14.850.000	
Pembelian sapi 5ekor x Rp.10.000.000 x 365hr	18.250.000.000	
Penyusutan	11.500.000	
<b>Total</b>		<b>18.279.350.000</b>
Biaya variabel		
Sekop	48.000	
Sapu lidi	15.000	
Gerobak	65.000	
Selang	175.000	
Ember	36.000	
Cangkul + sabit	150.000	
Pakan		
Jerami 3kg x 5ekor x Rp.100 x 365hr	5.47.500	
Konsentrat	9.125.000	
2kg x 5ekor x Rp2.500 x 365hr		
Retribusi 2000 x 5ekor x 300hr	3.000.000	
Transportasi Rp.30.000 x 5ekor x 365hr	54.750.000	
Tenaga pasar Rp.15.000 x 300hr	4.500.000	
<b>Total</b>		<b>72.411.500</b>
<b>Total biaya</b>		<b>18.351.761.500</b>

Sumber : Data sekunder CV. Plesungan Raya (2008)

#### d. Penerimaan

Penerimaan usaha diperoleh dari hasil penjualan sapi dara, penjualan pupuk kompos dan penjualan pupuk cair. Penerimaan adalah nilai dari seluruh produksi baik dari hasil yang diperoleh, dikonsumsi sendiri yang diberikan pada orang lain sebagai upah maupun digunakan pada proses berikutnya (Iwansyah, 2003). Penerimaan usaha pada Perusahaan CV. Plesungan Raya pada tahun 2008 tercantum dalam tabel 3.

Tabel 3. Penerimaan usaha pada Perusahaan CV. Plesungan Raya tahun 2008

Jenis	Rp. / tahun
Penjualan daging 1 ton x 365 hr x Rp. 55.000	20.075.000.000
Penjualan pupuk Rp. 75.000 x 12	900.000
Penjualan jerohan 200 kg x Rp.25.000 x 365 hr	1.825.000.000
Penjualan kulit 5 ekor x Rp.300.000 x 365 hr	547.500.000
<b>Total</b>	<b>22.448.400.000</b>

Sumber : Data sekunder Perusahaan CV. Plesungan Raya (2008)

#### e. Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penghasilan penjualan dengan keseluruhan biaya. Faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah besarnya usaha, tingkat produksi, efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja dan alat-alat yang digunakan, mortalitas, pemilikan cabang-cabang usaha lain, pemasaran dan tingkat pengetahuan (Iwansyah, 2003). Menurut Purwoto (2002) keuntungan adalah penerimaan total dan penjualan output dikurangi dengan total produksi. Besarnya penerimaan dan keuntungan dipengaruhi oleh jumlah ternak yang dipelihara (Purwoto, 2002).

Pendapatan usaha pada CV. Plesungan Raya pada tahun 2008 sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Pendapatan} &= \text{penerimaan usaha} - \text{biaya} \\
 &= \text{Rp. } 22.448.400.000,00 - \text{Rp. } 18.351.761.500,00 \\
 &= \text{Rp. } 4.096.638.500,00
 \end{aligned}$$

#### *Payback Period of Credit (PPC)*

Iwansyah (2003) menyatakan bahwa PPC adalah waktu yang diperoleh agar modal yang tertanam dalam suatu usaha dapat diperoleh kembali seluruhnya .

$$\text{PPC} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ tahun}$$

PPC pada CV. Plesungan Raya pada tahun 2008 adalah

$$\begin{aligned}
 \text{PPC} &= \frac{675.000.000}{4.096.638.500} \times 1 \text{ tahun} \\
 &= 0.16 \text{ tahun}
 \end{aligned}$$



Hal tersebut berarti bahwa CV. Plesungan Raya dapat mengembalikan investasi yang ada dalam waktu 0,16 tahun.

**f. *Benefit Cost Ration (BCR)***

Menurut Iwansyah (2003) BCR adalah perbandingan antara hasil penerimaan yang diperoleh dengan biaya modal sebagai indikator dapat diterima atau tidaknya investasi yang dijalankan dalam perusahaan. BCR lebih dari 1 adalah menguntungkan. Sedangkan menurut Purwoto (2002) BCR adalah perbandingan antara present value dari hasil dengan biaya modal sebagai indikasi dapat tidaknya investasi yang dijalankan perusahaan itu diterima.

$$BCR = \frac{\text{penerimaan}}{\text{total biaya produksi}}$$

Nilai BCR pada CV. Plesungan Raya pada tahun 2008 adalah

$$\begin{aligned} BCR &= \frac{22.448.400.000}{18.351.761.500} \\ &= 1.2 \end{aligned}$$

Hal tersebut berarti bahwa kegiatan usaha pada CV. Plesungan Raya layak untuk dijalankan.

**g. *Efisiensi Usaha (rentabilitas)***

Riyanto (1989) menyatakan bahwa rentabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan kekayaan atau biaya yang digunakan untuk menghasilkan laba. Rentabilitas merupakan salah satu modal analisis ekonomi yang penting karena analisis ini dapat menunjukkan kalau perusahaan mampu bekerja secara efisien atau tidak (Riyanto, 1989).

$$\text{Rentabilitas} = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Rentabilitas pada CV. Plesungan Raya tahun 2008 adalah

$$\begin{aligned} \text{Rentabilitas} &= \frac{4.096.638.500}{675.000.000} \times 100\% \\ &= 6,06\% \end{aligned}$$

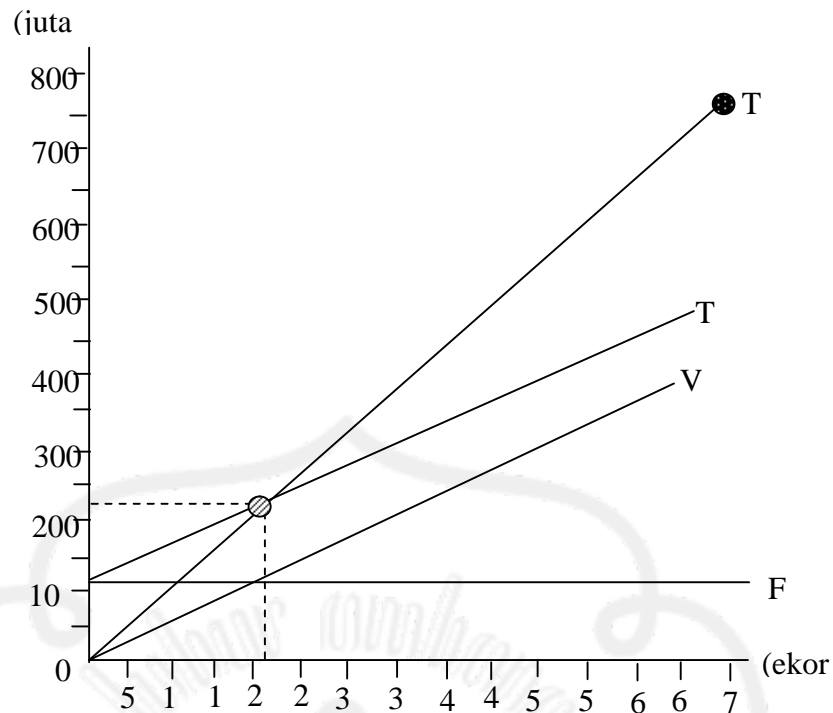


Hal tersebut berarti bahwa pendapatan usaha pada CV. Plesungan Raya sebesar 6,06% dari investasi.

**h. Break Event Point (BEP)**

Menurut Purwoto (2002) BEP adalah keadaan saat penghasilan dari penjualan hanya cukup untuk menutup biaya baik bersifat tetap maupun variabel atau hanya mampu menutup biaya produksi dan biaya usaha yang diperlukan dalam menjalankan kegiatannya.

Menurut Iwansyah (2003) manfaat dari BEP adalah 1) menetapkan penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak rugi dalam kondisi biaya tetap dan biaya variabel tertentu 2) mengendalikan biaya baik biaya total maupun variabel pada tingkat penjualan tertentu agar perusahaan tidak rugi 3) merencanakan dana yang sekaligus merupakan modal kerja yang diperlukan bagi kelancaran perusahaan agar target di atas BEP tercapai. Menurut Purwoto (2002) gambar grafik BEP adalah sebagai berikut :



**Gambar 2. Grafik Break Event Point**

Dimana :

P = Harga (Rp)

Q = Kuantitas (ekor, butir, unit)

TR = Penerimaan

TC = Total biaya

VC = Biaya variabel

FC = Biaya tetap

Nilai *Break Event Point* pada CV. Plesungan Raya (dalam rupiah)

BEP = Biaya Tetap / (1- Biaya variable/ Penjualan)

$$= 18.297.350.000 / ( 1- 72.411.500 / 22.448.400.000 )$$

$$= 18.297.350.000 / 0,997$$

$$= 18.352.407.220$$

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Sistem pemeliharaan sapi di CV. Plesungan Raya secara garis besar pelaksanaannya masih kurang baik terutama pada pemberian dan kontrol pakan dan kepekaan tenaga kerja terhadap pemeliharaan sapi.
2. Kelebihan dari CV. Plesungan Raya ini adalah dari pemeliharaan sapi yaitu hasil penggemukannya dipotong sendiri di mana daging dan olahannya dapat dipasarkan sendiri dengan lancar dan tidak ada yang terbuang.
3. Pengendalian penyakit sudah cukup bagus dimana jarang sekali dijumpai sapi yang sakit yang didukung dengan pemberian obat dan vitamin juga pembersihan kandang secara teratur.
4. Wilayah pemasaran CV. Plesungan Raya adalah Kota Surakarta, Karanganyar, Sragen dan sekitarnya.
5. Harga sapi dan daging sapi yang akan dijual oleh CV. Plesungan Raya disesuaikan dengan harga pasar, untuk memperoleh harga maka pihak CV. Plesungan Raya melakukan survei harga ke pasar-pasar.

### B. Saran

1. Berdasarkan permasalahan yang ada di CV. Plesungan Raya disarankan untuk memperbaiki tata laksana pemeliharaan antara lain pemberian pakan sesuai dengan kebutuhan dengan membuat pembagian kebutuhan pakan per hari baik pakan berupa konsentrat dan jerami.
2. Membangun infrastruktur pada kandang berupa tempat menaikkan dan menurunkan sapi serta perbaikan selokan jalan sapi.
3. Pemberian pakan disesuaikan dengan kondisi sapi bakalan, umur, jenis sapi, kemampuan mengkonsumsi dan lainnya.
4. Untuk wilayah pemasaran CV. Plesungan Raya sebaiknya di perluas kembali ke beberapa wilayah lainnya.
5. Disarankan untuk memberikakan pelatihan dan pengarahan terhadap tenaga kerja baru sebelum bekerja dan mengevaluasi setiap pekerjaannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, Z. 2002. *Penggemukan Sapi Potong*. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Blakely, J dan D. H. Bade. 1991. *Ilmu Peternakan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Dharmmesta, B. S. dan T. H. Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta.
- Iwansyah, D. 2003. *Analisis Finansial Plasma Ayam Broiler Pola Peternakan Inti Rakyat di Kabupaten Sukabumi*. Skripsi. Fakultas Peternakan UGM. Yogyakarta.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. Dan A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku II*. CV. Salemba Empat. Jakarta.
- Kristanto, K., J. Quilkey, dan W. H. Makaliwe. 1986. *Ekonomi Pemasaran Dalam Pertanian*. PT. Gramedia Pustakam Utama. Jakarta.
- Murtidjo, B.A. 2001. *Beternak Sapi Potong*. Kanisius. Yogyakarta.
- Purwoto. 2002. *Analisis Finansial Usaha Peternak Burung Puyuh dan Pola Hubungannya dengan Perusahaan Inti di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Peternakan UGM. Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 2001. *Beternak Ayam Petelur*. Cetakan ke-17. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Manajemen Peternakan Ayam Petelur*. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Riyanto, B. 1989. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi 3. Bagian Penerbitan. Fakultas Ekonomi UGM. Yogyakarta.
- Santoso, U. 2006. *Manajemen Usaha Ternak Potong*. Penebar swadaya. Jakarta.
- Sarwono, B dan Arianto, H. B. 2006. *Penggemukan Sapi Potong Secara Cepat*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Siregar, S.B. 2004. *Penggemukan Sapi*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi dan Pertanian*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soeprapto, H. dan Abidin, Z. 2006. *Cara Tepat Penggemukan Sapi Potong*. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Stanton, W.J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Sudarsono. 1997. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Sukirno. 1994. *Ekonomi Pembangunan Proses Masalah dan Dasar Kebijakan Lembaga*. Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.

Lampiran 1. Data Kuisisioner Kegiatan Magang CV Plesungan Raya

## LAMPIRAN KUISISIONER KEGIATAN MAGANG

---

---

### *Kondisi umum perusahaan*

Nama Perusahaan :

Pemilik Perusahaan :

Bentuk Badan Perusahaan :

Status/ijin Usaha :

Awal Pendirian Perusahaan :

Alamat Perusahaan :

Luas Areal/Lahan :

Status Lahan (milik sendiri/sewa) :

Luas Bangunan :

Gambaran Umum Perusahaan

Latar belakang Pendirian :

Rencana pengembangan :

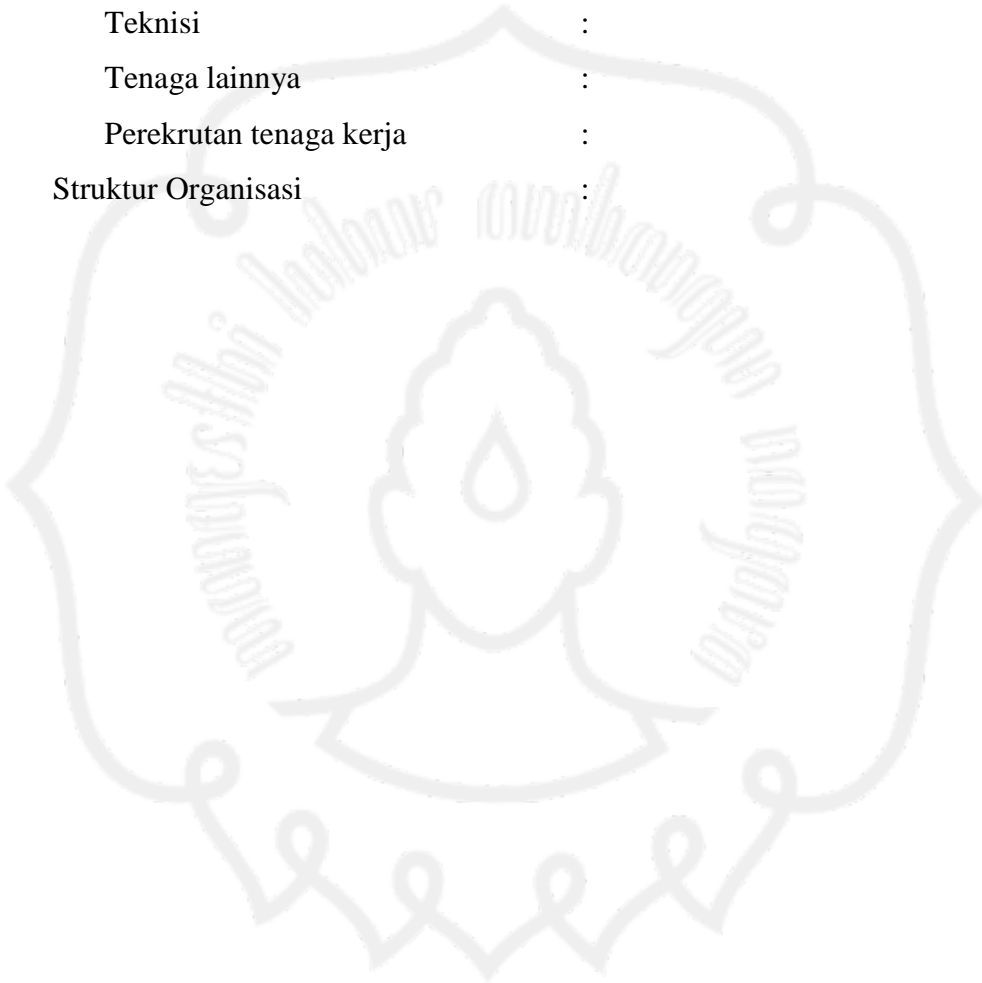
Prospek usaha :

Hambatan dan kendala :

Solusi :

Organisasi Kepegawaian

- Jumlah tenaga kerja :
- Status tenaga kerja :
- Manajer :
- Supervisor :
- Teknisi :
- Tenaga lainnya :
- Perekrutan tenaga kerja :
- Struktur Organisasi :



**Fasilitas Perusahaan****Tranportasi**

- Roda empat :
- Roda dua/gerobak :

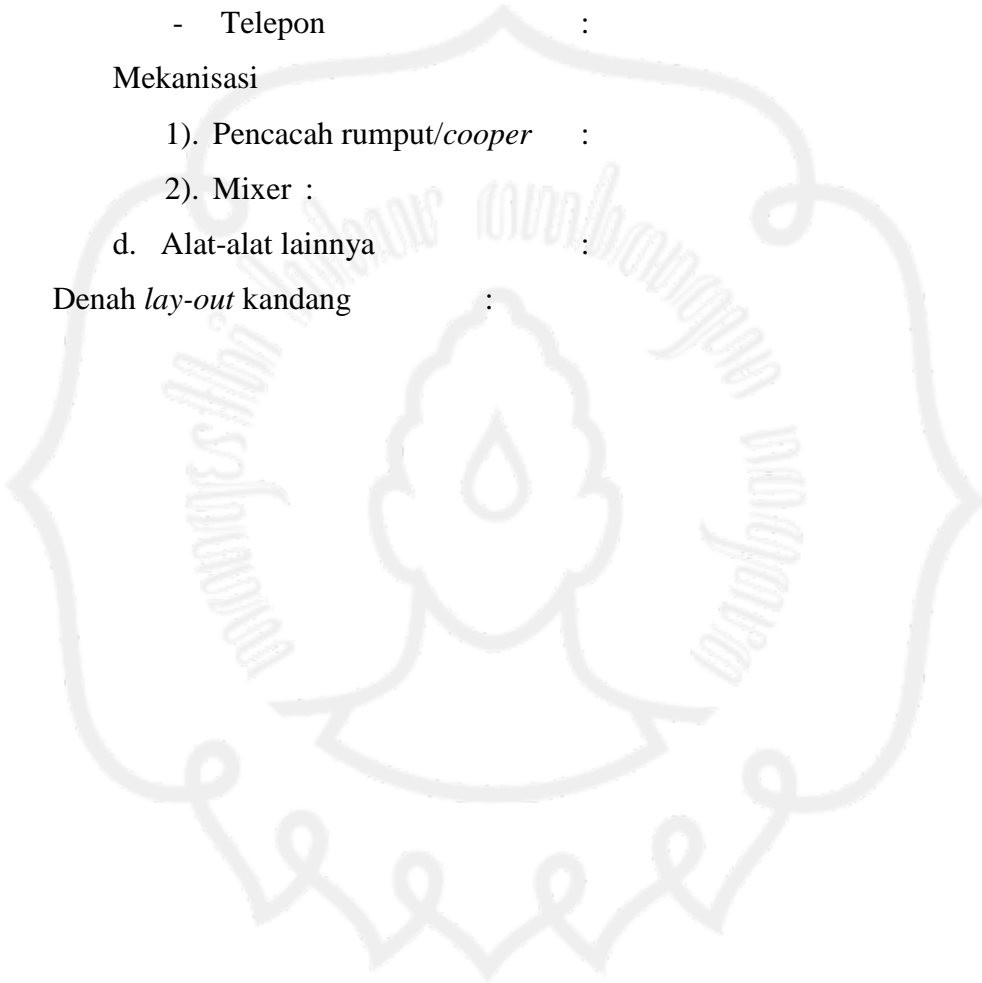
**Komunikasi**

- Telepon :

**Mekanisasi**

- 1). Pencacah rumput/*cooper* :
- 2). Mixer :
- d. Alat-alat lainnya :

Denah *lay-out* kandang :



Denah Lokasi Perusahaan :





**Data Ternak**

1. Bangsa Ternak :
2. Jenis Ternak :
3. Populasi : Total :
- Jantan :
- Betina :
- Pedet :

**Pakan / Ransum**

1. Jenis Pakan Yang Diberikan : 1.
- 2.
- 3.
- 4.
2. Frekuensi pemberian pakan : X Sehari
3. Perhitungan kebutuhan pakan (dilakukan/tidak, jika dilakukan sebutkan perhitungannya) :
4. Jumlah pakan yang diberikan : kg/ekor
5. Waktu pemberian pakan :
6. Data pakan/ransum/konsentrat :

No	Nama Bahan	Komposisi dalam ransum (%)	Harga/kg

7. Cara pemberian pakan hijauan : Dicacah/tidak, basah/kering
8. Asal Hijauan : Tanam sendiri/beli
9. Asal konsentrat : membeli jadi/mencampur sendiri
10. Cara pemberian konsentrat : basah (kombor)/kering

**Perkandangan**

- Luas Areal perkandangan : m<sup>2</sup>
- Macam bangunan kandang : 1.  
2.  
3.  
4.
- Ukuran kandang :
- Tipe kandang (Ganda/Tunggal) :
- Kapasitas kandang : ekor/kandang
- Konstruksi kandang (Permanen/tidak) :
- Bahan-bahan bangunan kandang :

No.	Bagian Kandang	Bahan Pembuat
1.	Atap	
2.	Dinding	
3.	Lantai	
4.	Tempat Pakan	
5.	Tempat Minum	
6.	Gang way	
7.	Selokan	
8.	Tempat kotoran	

**Kesehatan Ternak, Sanitasi Lingkungan dan Recording**

- Pembersihan kandang (kotoran)
- Sebutkan waktu, frekuensi :
- Tempat Pengolahan Limbah : (ada/tidak)
- Penyakit yang pernah menyerang :
- Pencegahan/pengobatannya :
- Vitamin yang diberikan :
- Antibiotik yang diberikan :
- Program vaksinasi :
- Vaksin yang diberikan :

Dosis Pemberian :

Frekuensi pemberian :

Perawatan Ternak yang dilakukan :

No	Jenis Perawatan Ternak	Dilakukan/tidak	Frekuensi
1.	Pemandian		
2.	Pemotongan kuku		
3.	Pencukuran bulu/rambut		
4.	Pemotongan tanduk		
5.	Kastrasi		

Identifikasi ternak : ada/tidak

Model identikasi (tattoo/ear tag) :

Penanganan Limbah

1. Pengolahan limbah : ada/tidak

Jika diolah, menjadi produk apa :

2. Pengaruh/dampak negatif terhadap lingkungan :

3. Solusi/penanggulangan yang dilakukan :

Pemasaran Produk

Produk yang dihasilkan :

No.	Nama Produk	Harga/satuan	Daerah pemasaran
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Lampiran 2. Foto Uraian Kegiatan Magang CV. Plesungan Raya



Gambar 1. Aktivitas Sapi Makan Konsentrat



Gambar 2. Proses Pengangkutan Konsentrat dari Gudang





Gambar 3. Proses Pembagian Pakan Konsentrat pada Sapi



Gambar 4. Proses Pemberian Pakan Konsentrat pada Sapi

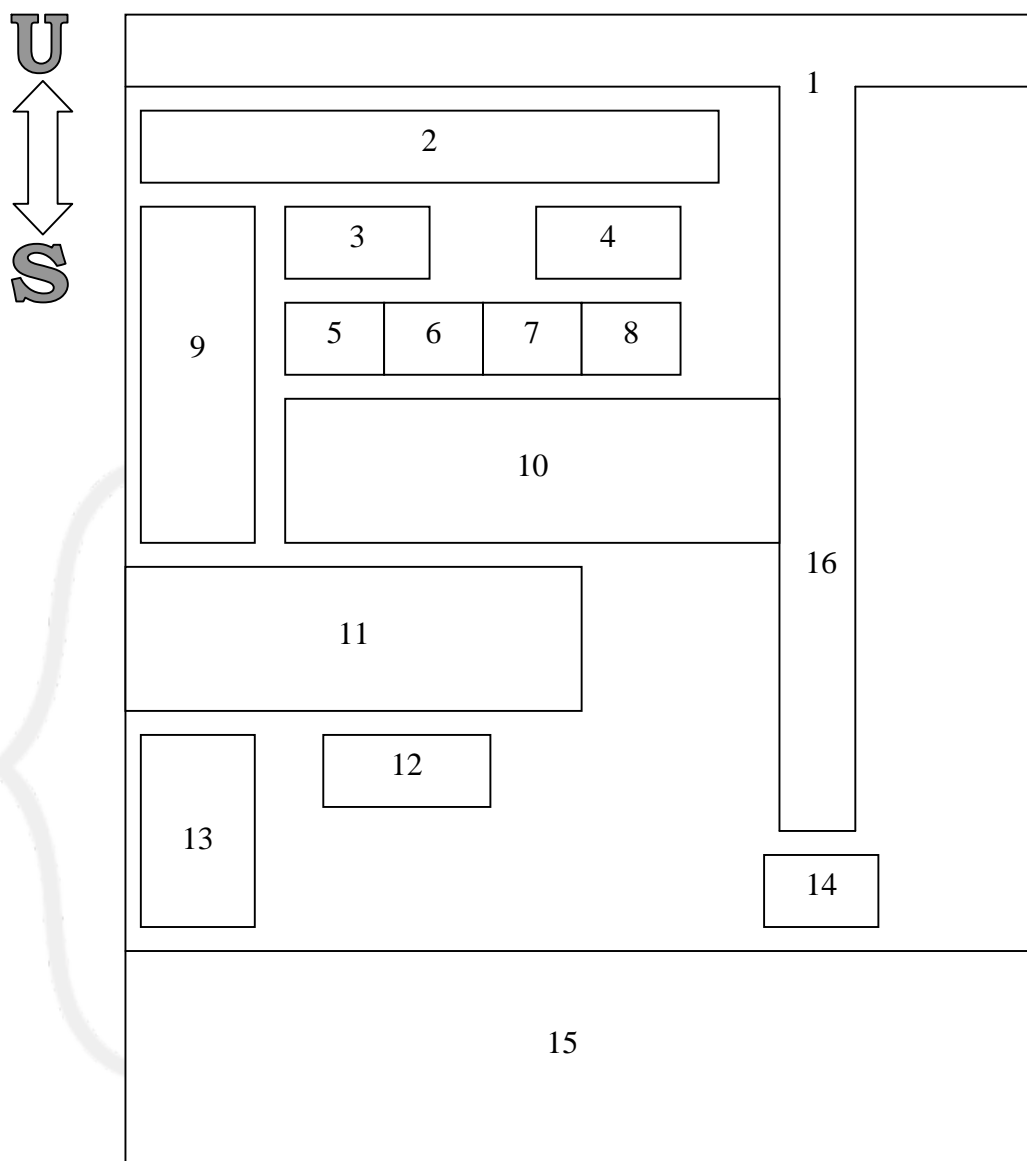


Gambar 5. Proses Penanganan Limbah Padat Sapi Potong



Gambar 6. Proses Pengangkutan Pakan Jerami Sapi Potong

Lampiran 3. Denah Kandang CV. Plesungan Raya

**Keterangan :**

- |                      |                             |
|----------------------|-----------------------------|
| 1. Gerbang           | 9. Gudang jerami            |
| 2. Padang rumput     | 10. Halaman                 |
| 3. Gudang konsentrat | 11. Kandang sapi            |
| 4. Kantor            | 12. Penampungan pupuk padat |
| 5. Dapur             | 13. Penampungan pupuk cair  |
| 6. Mes 1             | 14. Mes 4                   |
| 7. Mes 2             | 15. Padang rumput           |
| 8. Mes 3             | 16. Jalan                   |



