

Fenomena Makelar Dalam Jual Beli Sapi Potong

Diva Nanda Haris*, Alfira Nurul Azizah, Ivan Nur Fauzi, Ahmad Taufik, Helva Arta Arvea

Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Islam Kediri Kediri
*email : : nandadiva770@gmail.com

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia khususnya petani memiliki kebiasaan memelihara ternak sapi sebagai investasi hingga diberi julukan "Rojo koyo". Sapi akan dijual ketika pemilik membutuhkan uang atau sedang memiliki keperluan tertentu. Dalam proses jual beli sapi, tidak semua petani memiliki kemampuan tawar menawar dengan baik sehingga petani meminta bantuan kepada makelar sebagai perantara jual beli ternak sapi. Makelar tidak hanya menjadi perantara menjual sapi, namun juga berperan sebagai pembeli sapi peternak sesuai permintaan pembeli. Dengan adanya kondisi tersebut memungkinkan keberadaan makelar tetap eksis. Penelitian dilaksanakan di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare, Kediri yang dilaksanakan pada Bulan Januari 2024. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena makelar sebagai pekerjaan tetap dan tidak tetap serta strategi dan hambatan yang dialami masyarakat khususnya di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare, Kediri. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap makelar sapi di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare sejumlah 10 orang dengan metode Purposive Sampling. Hasil dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa 80% informan melakukan pekerjaan makelar sebagai pekerjaan tetap dan 20% sisanya melakukan pekerjaan makelar sebagai pekerjaan sampingan. Fenomena yang dijumpai dalam penelitian ini berupa makelar sebagai pilihan pekerjaan tetap dengan alasan modal tidak terlalu besar. Strategi yang digunakan makelar untuk mempertahankan eksistensinya cukup beragam seperti menentukan tarif dengan membaca peluang pasar hingga memperluas pasar melalui media sosial maupun secara langsung dengan memperbanyak relasi. Semakin mengenal seluk-beluk pasar maka makelar akan lebih mudah dalam proses jual beli sapi sebagai perantara serta dapat meminimalisir hambatan yang terjadi.

Kata kunci: makelar, sapi potong, fenomena pasar

ABSTRACT

Indonesian people, especially farmers, have the habit of raising cattle as an investment until they are given the nickname "Rojo koyo". Cows will be sold when the owner needs money or has certain needs. In the process of buying and selling cattle, not all farmers have good bargaining skills, so farmers ask for help from brokers as intermediaries for buying and selling cattle. The broker is not only an intermediary selling cows but also acts as a buyer of farmer cattle according to the buyer's request. With these conditions, the existence of brokers can exist. The research was conducted at the Ngadiluwih Animal Market and Pare Animal Market, Kediri which will be carried out in January 2024. The purpose of this study is to determine the phenomenon of brokers as permanent and irregular jobs as well as strategies and obstacles experienced by the community, especially in the Ngadiluwih Animal Market and Pare Animal Market, Kediri. The method used is qualitative method, data collection is carried out by conducting interviews with cattle brokers at the Ngadiluwih Animal Market and Bitter Melon's Animal Market totaling 10 people using the Purposive sampling method. The results of the data obtained show that 80% of informants do realtor work as a permanent job and the remaining 20% do realtor work as a side job. The phenomenon found in this study is in the form of a broker as a permanent job choice for the reason that the capital is not too large. The strategies used by brokers to maintain their existence are quite diverse, such as determining tariffs by reading market opportunities to expanding the market through social media or directly by increasing relationships. The more familiar with the ins and outs of the market, the broker will be in the process of buying and selling cattle as an intermediary and can minimize the obstacles that occur.

Keywords: realtor, beef cattle, market phenomenon

PENDAHULUAN

Umumnya masyarakat memiliki kecenderungan pola pikir mengenai beternak sapi sebagai investasi dan bukan sebagai komoditas pasar. Para peternak rumahan biasanya tidak menjual hasil ternak secara rutin namun ternak dijual saat memerlukan uang untuk keperluan yang besar. Selain mencoba keberuntungan melalui beternak sapi, dijumpai beberapa di antaranya bekerja menjadi makelar.

Menurut Rahmanto (2004) meskipun pasar menyediakan fasilitas ternak yang cukup memadai, para peternak rumahan memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap jasa pedagang pengumpul dalam memasarkan ternak. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya: skala usaha yang relatif kecil sehingga biaya angkutan ke pasar tidak efisien serta adanya perantara (makelar) di pasar yang berpotensi mengurangi pendapatan peternak namun juga memudahkan dalam proses penjualan ternak.

Makelar atau blantik sapi merupakan perantara dalam perdagangan yang menjembatani penjual dan pembeli. Dalam hal ini makelar adalah seorang yang menjualkan barang orang lain atas dasar bahwa seseorang itu akan diberi upah oleh pemilik barang sesuai dengan usahanya (Rozaqi, 2020). Namun di lapangan, praktek kerja makelar sapi terkadang masih ada makelar sapi yang ingin untung sendiri dan menambahkan harga jual sapi tanpa sepengetahuan pemilik sapi bahkan lepas tanggung jawab atas resiko yang terjadi. Meskipun terdapat kejadian seperti itu dan merugikan pemilik sapi, namun masih banyak masyarakat yang melakukan praktik jual beli sapi menggunakan jasa makelar untuk transaksi jual beli hewan ternak tersebut.

Adanya pola pikir masyarakat yang masih sangat bergantung pada jasa makelar menimbulkan peluang besar pada makelar dalam mempertahankan eksistensinya. Dewasa ini tersedianya jaringan internet dan platform media sosial seperti *facebook* dapat memudahkan penjual, makelar serta pembeli sapi dalam transaksi jual beli. Platform *facebook* memiliki market place dan berbagai grup jual beli sapi yang dimanfaatkan masyarakat sebagai wadah transaksi sapi. Tersedianya platform media sosial tersebut lebih memudahkan proses jual beli melalui perantara tanpa harus pergi ke pasar sapi serta memudahkan memudahkan makelar dalam perannya sebagai perantara dagang antara penjual dan pembeli sapi.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare pada Bulan Januari 2024. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) berdasarkan pertimbangan adanya praktik jual beli sapi melalui perantara (makelar) di kedua pasar hewan tersebut.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kualitatif.

Key Informan

Penentuan informan dan key informan dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa informan tersebut merupakan pelaku perantara (makelar) dalam proses jual beli sapi di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare sehingga informan memahami objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2010) informan penelitian merupakan narasumber, merujuk pada seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang diangkat. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang dengan spesifikasi 5 orang makelar di Pasar Hewan Ngadiluwih serta 5 makelar di Pasar Hewan Pare.

Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara mewawancarai sejumlah informan dengan tujuan mengetahui jumlah persentase fenomena makelar sebagai pekerjaan tetap dan tidak tetap serta strategi dan hambatan yang dialami makelar sapi di Pasar Hewan Ngadiluwih dan Pasar Hewan Pare.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data Informan

	Informan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tetap	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Tidak Tetap		✓			✓					

Menurut data yang diperoleh, 20% informan menjalankan usaha makelar sebagai pekerjaan sampingan dengan kata lain 80% informan menjalankan pekerjaan makelar sebagai pekerjaan utama. Modal yang terjangkau dan berbekal keterampilan memasarkan barang sudah dianggap cukup dalam usaha perantara (makelar) jual beli sapi, menjadi salah satu faktor makelar menjadi

pekerjaan tetap. Tidak sedikit juga pekerjaan makelar ini didasari untuk mencari modal usaha serta menggali seluk beluk pasar dan

pemasaran sapi. Namun, adapula makelar yang meneruskan usaha orang tuanya karena dirasa menghasilkan.

Tabel 2. Strategi Pemasaran

Strategi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Menjualkan sapi orang lain, milik sendiri, dan membeli sapi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Secara online (komunitas)	✓	✓							✓	
Secara langsung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Terampil menawarkan, dan memasarkan			✓					✓		
Memperbanyak relasi untuk memperluas pasar					✓	✓				
Membaca peluang pasar	✓	✓								

Strategi Pemasaran

Meninjau data yang diperoleh menunjukkan bahwa makelar memiliki strategi yang berbeda-beda dalam berperan sebagai makelar sapi. Makelar akan menjualkan sapi milik orang lain baik secara online dengan mengikuti grup komunitas makelar sapi maupun hanya memasarkan melalui *market place*. Upaya makelar untuk mempertahankan eksistensinya di dunia jual beli sapi diantaranya memperluas relasi dengan harapan dapat mempermudah proses jual beli. Makelar juga mengasah kemampuannya dalam menawarkan dan memasarkan barang dagangannya dengan cara membaca peluang pasar seperti mempertimbangkan tarif yang ditentukan. Tarif yang dipatok cukup beragam, mulai dari Rp.100.000 hingga Rp.5.000.000 tergantung kualitas sapi yang dijual.

Hambatan

Kendala dan hambatan yang dihadapi makelar dalam proses jual beli sapi sesuai data yang diperoleh yaitu persaingan antar makelar dan tengkulak di pasar. Makelar akan bersaing dengan tengkulak yang biasanya menetapkan harga sapi lebih rendah dibandingkan makelar sebagai perantara penjualan sapi dikarenakan makelar akan menambahkan tarif dalam transaksi. Kualitas sapi yang bagus pasti memiliki harga jual yang tinggi, jika pembeli membeli sapi dengan kualitas yang bagus melalui makelar dapat dipastikan mendapatkan harga yang lebih tinggi daripada sapi dari tengkulak.

Selain itu ketersediaan barang yang diminati pembeli sangat mempengaruhi berjalannya pekerjaan seorang makelar. Hal tersebut berkaitan dengan pasang surutnya pembeli. Seringkali ketika ketersediaan

barang melimpah namun permintaan barang sedang menurun maupun sebaliknya, sehingga menimbulkan hambatan bagi makelar dalam bekerja. Meskipun modal menjadi seorang makelar tidak tergolong besar, seringkali modal terbatas menjadi hambatan bagi makelar yang masih belum terlalu lama berkiprah di dunia makelar sapi.

KESIMPULAN

Fenomena yang dijumpai dalam penelitian ini berupa makelar sebagai pilihan pekerjaan tetap dengan alasan modal tidak terlalu besar. Strategi yang digunakan makelar untuk mempertahankan eksistensinya cukup beragam seperti menentukan tarif dengan membaca peluang pasar hingga memperluas pasar melalui media sosial maupun secara langsung dengan memperbanyak relasi. Semakin mengenal seluk-beluk pasar maka makelar akan lebih mudah dalam proses jual beli sapi sebagai perantara serta dapat meminimalisir hambatan yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rozaqi, 2020. *Skripsi: "Eksistensi Makelar Sapi di Era Digital"*. Surabaya: Universitas Sunan Ampel
- Rahmanto, Bambang. *Analisis Usaha Peternakan Sapi Potong Rakyat. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian*. No. 59. Icaserd Working Paper, 2004.
- Sugiyono, Dr. "Memahami penelitian kualitatif." (2010).