

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Garut terkenal sebagai daerah usaha peternakan domba yang banyak dikelola oleh petani. Berdasarkan data Disnakanla Tahun 2014, jenis ternak domba populasinya sudah mencapai 1,2 juta ekor dengan rata-rata tingkat pertumbuhan 4% per tahun yang keberadaannya tersebar merata pada 42 kecamatan di Kabupaten Garut. Besarnya populasi domba tersebut didukung oleh kondisi alam Garut yang cocok untuk perkembangbiakan, juga terintegrasi oleh adanya budaya beternak domba di kalangan petani. Ternak domba bagi para petani merupakan simpanan harta yang sewaktu-waktu dapat diuangkan dengan mudah karena harganya yang relatif terjangkau. Sesuai dengan pendapat Atmadja (1979 : 61), “Fungsi ternak domba dan kambing bagi petani, yang paling menonjol yaitu sebagai usaha sambilan atau tambahan pendapatan dan sebagai tabungan yang sewaktu-waktu dapat diuangkan”.

Aktivitas perniagaan ternak domba difasilitasi Pemda Garut dengan berlandaskan Perda Kabupaten Garut No. 12 Tahun 2002 tentang “retribusi pemakaian pasar hewan dan pemeriksaan kesehatan hewan/ternak di dalam dan di luar pasar” yang kemudian diubah dengan Perda Kabupaten Garut No. 9 Tahun 2011 tentang “retribusi jasa usaha”. Adapun implementasi perda tersebut adalah penyediaan lokasi pasar ternak yang dikelola oleh UPTD Pasar Ternak Disnakanla dengan anggaran yang berasal dari APBD.

Terdapat enam pasar ternak di Kabupaten Garut pada lokasi yang berbeda. Dari sejumlah pasar ternak yang ada, menurut keterangan dari Bapak Dida Kardiana Endang, S.Pt, (Kepala Bagian Bina Usaha Disnakanla Garut), tiga pasar ternak adalah milik pemerintah dan dikelola pemerintah, yaitu Pasar Ternak Bayongbong, Pasar Ternak Wanaraja, dan Pasar Ternak Limbangan. Dua pasar

ternak milik desa dan dikelola swasta, yaitu Pasar Ternak Cibodas, dan Pasar Ternak Bungbulang. Kemudian satu pasar lagi milik swasta dan dikelola swasta,

yaitu Pasar Ternak Malangbong. Berikut disajikan tabel 1.1 berupa gambaran umum pasar ternak :

Tabel 1.1
Pasar Ternak di Kabupaten Garut

No	Nama Pasar	Jadwal/Hari Pasar	Jenis Ternak yang Dipasarkan	Rata-rata Penjualan Ternak Per Hari / Jadwal Pasar	Keterangan
1	Pasar Ternak Bayongbong	Senin & Kamis	<ul style="list-style-type: none"> • Domba • Kambing 	800	
2	Pasar Ternak Wanaraja	Rabu & Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Domba • Kambing 	150	
			<ul style="list-style-type: none"> • Sapi Potong 	5	Tahap percobaan
3	Pasar Ternak Cibodas	Rabu & Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Domba • Kambing 	50	
4	Pasar Ternak Limbangan	Rabu & Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Domba • Kambing 	40	
5	Pasar Ternak Bungbulang	Rabu & Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Domba • Kambing 	40	

Sumber: Disnakanla Garut, 2014

Dari enam pasar ternak yang ada di Kabupaten Garut, menurut Bapak Yoyo Karyono (Kepala UPTD Pasar Ternak Disnakanla), Pasar Ternak Wanaraja dan Pasar Ternak Bayongbong dapat dianggap sebagai pasar induknya. Kedua pasar ternak tersebut memiliki jangkauan pemasaran berskala regional. Bila dilihat, kondisi kedua pasar ternak masih tergolong sederhana. Namun, perbedaan terlihat dari segi keramaian dan jumlah pemasaran. Pasar Ternak Bayongbong lebih tinggi jumlah pemasarannya bila dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja. Perbedaannya cukup tinggi walaupun jadwal pasar berbeda. Untuk mengetahui lebih jelas, berikut ini penulis sajikan data yang dikutip dari Laporan Pemasaran Ternak UPTD Pasar Ternak Disnakanla Tahun 2014 pada tabel 1.2 dan tabel 1.3 :

Tabel 1. 2
Pemasaran Ternak di Pasar Ternak Wanaraja Tahun 2014

No	Bulan	Ternak Masuk				Ternak Keluar							
		Domba		Kambing		Dalam Kabupaten				Luar Kabupaten			
		Jantan	Betina	Jantan	Betina	Domba		Kambing		Domba		Kambing	
				Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina
1	Januari	1.743	2.918	84	128	197	329	13	42	30	-	-	-
2	Februari	1.491	2.647	72	106	185	286	19	45	56	14	-	-
3	Maret	1.709	2.928	90	123	173	240	12	32	35	8	-	-
4	April	1.714	2.923	89	123	187	239	4	10	48	12	-	-
5	Mei	1.602	2.644	85	115	151	232	9	8	30	-	-	-
6	Juni	1.783	3.055	75	116	231	193	23	20	29	2	-	-
7	Juli	1.828	2.889	96	112	95	5	-	-	436	435	12	17
8	Agustus	1.486	2.878	103	136	98	-	2	-	344	359	14	8
9	September	3.682	1.486	228	108	1.894	-	106	-	799	184	15	2
10	Oktober	1.701	2.158	121	152	100	-	-	-	236	265	6	12
11	November	1.547	2.164	82	110	55	10	-	-	206	281	10	12
12	Desember	1.974	2.959	105	138	95	3	4	-	324	336	17	5
	Jumlah	22.260	31.649	1.230	1.467	3.461	1.537	192	157	2.573	1.856	74	56
	Jumlah Per Kategori	56.606				5.347				4.559			

Sumber: UPTD Pasar Hewan Disnakanla Garut, 2014

Tabel 1. 3
Pemasaran Ternak di Pasar Ternak Bayongbong Tahun 2014

No	Bulan	Ternak Masuk				Ternak Keluar							
		Domba		Kambing		Dalam Kabupaten				Luar Kabupaten			
		Jantan	Betina	Jantan	Betina	Domba		Kambing		Domba		Kambing	
				Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina
1	Januari	3.734	3.622	520	321	1.150	755	192	73	587	392	102	32
2	Februari	2.955	1.623	625	377	648	408	148	83	418	266	66	35
3	Maret	2.620	1.525	496	285	570	349	130	72	433	258	76	41
4	April	2.626	1.539	313	356	580	395	110	69	397	273	70	35
5	Mei	1.667	2.723	110	153	735	477	130	88	567	381	88	49
6	Juni	3.734	3.622	520	321	840	555	177	83	520	343	105	57
7	Juli	3.923	1.701	561	273	505	330	68	37	790	545	80	45
8	Agustus	5.163	1.845	215	170	760	545	144	76	693	382	93	47
9	September	13.889	1.731	1.596	347	2.795	1.905	360	165	870	470	115	50
10	Oktober	2.095	1.335	440	230	475	310	87	48	685	440	130	75
11	November	2.110	1.120	330	180	385	260	59	36	430	305	78	47
12	Desember	2.460	1.430	425	205	390	260	99	51	430	310	97	53
	Jumlah	46.976	23.816	6.151	3.218	9.833	6.549	1.704	881	6.820	4.365	1.100	566
	Jumlah Per Kategori	80.161				18.967				12.851			

Sumber: UPTD Pasar Hewan Disnakanla Garut, 2014

Adanya perbedaan jumlah pemasaran tersebut, menunjukkan bahwa Pasar Ternak Bayongbong memiliki daya tarik yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja sehingga pemasarannya lebih tinggi. Tentunya hal tersebut menunjukkan Pasar Ternak Bayongbong lebih banyak dikunjungi produsen dan konsumen dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja. Fenomena tersebut

menjadi menarik karena bila dilihat secara historis, Pasar Ternak Wanaraja lebih dulu ada dibandingkan dengan Pasar Ternak Bayongbong. Pasar Ternak Wanaraja mulai diresmikan dan beroperasi tahun 2000, sedangkan Pasar Ternak Bayongbong diresmikan dan beroperasi tahun 2008. Namun seiring berjalannya waktu, kedua pasar ternak mengalami perkembangan yang berbeda dimana Pasar Ternak Bayongbong lebih unggul pemasarannya dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja. Sebenarnya Pasar Ternak Wanaraja memiliki sejumlah keunggulan diantaranya lokasi lebih dekat ke pusat kota, dan dekat dengan Pusat Kesehatan Hewan (Puskesmas). Namun nampaknya hal tersebut tidak menjadi kemenarikan tersendiri bagi produsen dan konsumen untuk berpusat di Pasar Ternak Wanaraja.

Permasalahan tersebut perlu dianalisis untuk mengetahui kondisi terkini dan sebenarnya yang membedakan kedua pasar ternak. Dalam hal ini, penulis akan membatasi pengkajian pada variabel lokasi, aksesibilitas, komoditas, dan fasilitas di masing-masing pasar ternak. Hal ini penting untuk dilakukan agar dapat memberikan rekomendasi dalam perencanaan pembangunan pasar ternak di masa yang akan datang agar aktivitas tata niaga ternak di Kabupaten Garut tetap terjaga eksistensinya. Maka berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, penulis memberi judul penelitian ini, yaitu: “Studi Komparasi Pasar Ternak Bayongbong dengan Pasar Ternak Wanaraja Kabupaten Garut”.

B. Identifikasi Masalah

Pasar Ternak Bayongbong lebih ramai aktivitas perdagangannya bila dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja.

1. Pasar Ternak Bayongbong dan Pasar Ternak Wanaraja mengalami perkembangan yang berbeda.
2. Pasar Ternak Bayongbong lebih tinggi jumlah pemasarannya dibandingkan dengan Pasar Ternak Wanaraja.
3. Pasar Ternak Wanaraja pembangunannya lebih awal dibandingkan dengan Pasar Ternak Bayongbong.

4. Dari segi lokasi, Pasar Ternak Wanaraja lebih dekat ke pusat kota dibandingkan dengan Pasar Ternak Bayongbong.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik lokasi Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan karakteristik lokasi Pasar Ternak Wanaraja?
2. Bagaimana aksesibilitas Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan aksesibilitas Pasar Ternak Wanaraja?
3. Bagaimana ketersediaan komoditas Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan ketersediaan komoditas Pasar Ternak Wanaraja?
4. Bagaimana fasilitas pendukung Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan fasilitas pendukung Pasar Ternak Wanaraja

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini disesuaikan untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan di atas, yaitu :

1. Memperoleh gambaran tentang karakteristik lokasi Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan karakteristik lokasi Pasar Ternak Wanaraja.
2. Mengetahui aksesibilitas Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan aksesibilitas Pasar Ternak Wanaraja.
3. Mengetahui ketersediaan komoditas ternak di Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan ketersediaan komoditas Pasar Ternak Wanaraja.
4. Mengetahui fasilitas pendukung pasar Pasar Ternak Bayongbong dibandingkan dengan fasilitas pendukung Pasar Ternak Wanaraja.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan muncul dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
 - a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi geospasial dan informasi komparasi antara Pasar Hewan Bayongbong dan Pasar Hewan Wanaraja yang selanjutnya dapat berguna bagi masyarakat luas, pemerintah, pendidik, dan peneliti lain.
2. Secara Kebijakan
 - a. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah Kabupaten Garut maupun dinas terkait untuk menentukan arah pengembangan dan pembangunan pasar ternak di Kabupaten Garut dalam upaya memfasilitasi kegiatan ekonomi masyarakat.
3. Secara Praktis
 - b. Sebagai bahan masukan bagi pelaku pasar agar lebih meningkatkan produktivitas dalam hal tata niaga ternak di Kabupaten Garut serta memperbaiki kelemahan dalam sistem tata niaga komoditas ternak.
 - c. Sebagai bahan masukan bagi pelaku tata niaga ternak baik produsen dan konsumen dalam hal menentukan peluang pemasaran pada kedua pasar ternak.
 - d. Sebagai bahan masukan bagi pengelola pasar ternak dalam memperbaiki sistem dan pengelolaan pasar sehingga dapat lebih mengakomodasi kebutuhan pelaku tata niaga ternak dari kalangan konsumen dan produsen serta dapat lebih memperhatikan dalam aspek kesejahteraan hewan yang menjadi komoditas utama di pasar ternak.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun mengenai penelitian terdahulu yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan keaslian ide dan tema skripsi ini, penulis sajikan pada tabel 1.4 sebagai berikut :

Tabel 1. 4
Matriks Judul Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul	Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Silmi Fitri Aini	2014	Studi Komparasi Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin Kota Bandung	<p>1. Bagaimana kondisi fisik pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin? 2. Bagaimana manajemen di pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin? 3. Bagaimana karakteristik konsumen dan pedagang di pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin?</p>	<p>1. Mengetahui perbedaan fisik pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin.</p> <p>2. Mengetahui perbedaan manajemen di pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin.</p> <p>3. Mengetahui perbedaan karakteristik konsumen dan pedagang di pasar induk gedebage dengan pasar induk caringin.</p>	Deskriptif, Studi Komparatif	Pasar Induk Gedebage berhierarki K=3, sedangkan Pasar Induk Caringin berhierarki K=7, perbedaan lain dapat dilihat dari daya tampung pasar.
2	Chitra Adhitya	2010	Analisis Geografis Konsentrasi Industri Kulit di Kabupaten Garut	<p>1. Bagaimana pola konsentrasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>2. Bagaimana gambaran mengenai ketersediaan bahan baku dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>3. Bagaimana gambaran mengenai ketersediaan tenaga kerja dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>4. Bagaimana daerah-daerah pemasaran dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang kerajinan kulit di Kabupaten Garut.</p>	<p>1. Mendeskripsikan pola konsentrasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>2. Memperoleh gambaran mengenai ketersediaan bahan baku dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>3. Memperoleh gambaran mengenai ketersediaan tenaga kerja dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang kerajinan kulit.</p> <p>4. Mendeskripsikan daerah-daerah pemasaran dan pengaruhnya terhadap lokasi industri barang</p>	Deskriptif, Korelasi	Pola konsentrasi industri kerajinan kulit di Kabupaten Garut bersifat mengelompok dengan nilai indeks tetangga terdekat 0,69199842. Konsentrasi industri kulit dipengaruhi oleh faktor bahan baku yang tersedia dengan tingkat korelasi 0,473. Lokasi industri tidak terlalu berpengaruh terhadap ketersediaan tenaga kerja. Hubungan antar variabel tersebut

					kerajinan kulit di Kabupaten Garut.		sebesar 0,245 yang menunjukkan pola hubungan yang lemah. Dalam pemasaran didapat nilai korelasi 0,226 antara daerah pemasaran dengan lokasi industri.
3	Aziza h Pratiwi	2010	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar Kampus Undip Pleburan)	<p>Apa pengaruh faktor kedekatan dengan infrastruktur terhadap kesuksesan usaha?</p> <p>Apa pengaruh faktor kedekatan dengan lingkungan bisnis terhadap kesuksesan usaha?</p> <p>Apa pengaruh faktor biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha?</p>	<p>Untuk menganalisis pengaruh faktor kedekatan dengan infrastruktur terhadap kesuksesan usaha.</p> <p>Untuk menganalisis pengaruh faktor kedekatan dengan lingkungan bisnis terhadap kesuksesan usaha.</p> <p>Untuk menganalisis pengaruh faktor biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha.</p>	Deskriptif, Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.
4	Hasni Meilani Hanifah	2011	Profil Peternakan Domba Garut di Kabupaten Garut	<p>1. Bagaimana persebaran Domba Garut di Kabupaten Garut?</p> <p>2. Bagaimanakah kondisi sosial ekonomi peternakan Domba Garut di Kabupaten Garut?</p> <p>Bagaimanakah hasil usaha ternak Domba Garut dalam kondisi sosial ekonomi peternakan Domba Garut di Kabupaten Garut?</p>	<p>1. Mendeskripsikan persebaran Domba Garut di Kabupaten Garut.</p> <p>2. Mendeskripsikan Bagaimanakah kondisi sosial ekonomi peternakan Domba Garut di Kabupaten Garut.</p> <p>3. mendeskripsikan penggunaan hasil usaha ternak Domba Garut dalam kondisi sosial ekonomi peternak Domba Garut.</p>	Deskriptif dan Survey	Persebaran Domba Garut yang terbesar berada pada zona agroklimat 5 C yaitu pada ketinggian > 1500 mdpl dan pada tipe iklim C sebanyak 543 ekor/km ² yang paling sedikit pada zona 1 C yaitu pada ketinggian 0 – 200 mdpl dan iklim C sebanyak 71 ekor/km ² .
5	Nurul Fajri	2012	Analisis Kesesuaian Lokasi Minimarket di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat	<p>1. Bagaimanakah pola sebaran minimarket di kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat?</p> <p>2. Minimarket manakah yang menjadi pusat ekonomi sesuai dengan teori lokasi di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat?</p> <p>4. Bagaimanakah kesesuaian lokasi minimarket di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat?</p> <p>5. Di manakah lokasi yang sesuai untuk mendirikan minimarket di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat?</p>	<p>1. Mengidentifikasi pola sebaran minimarket di kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.</p> <p>2. Menganalisis manakah yang menjadi pusat ekonomi sesuai dengan teori lokasi di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.</p> <p>3. Menganalisis minimarket yang menjadi pusat ekonomi sesuai dengan teori lokasi di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.</p> <p>4. Menganalisis kesesuaian lokasi</p>	Metode Survey	Diperoleh kesimpulan bahwa di Kecamatan Lembang terdapat 13 minimarket. Minimarket yang menjadi pusat ekonomi berlokasi di plot 2. Dari 13 minimarket yang ada di Kecamatan Lembang, ternyata hanya 6 minimarket yang memiliki lokasi yang sesuai, dan 7 sisanya tidak sesuai. Lokasi yang sesuai untuk mendirikan

					<p>minimarket di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.</p> <p>5. Menganalisis lokasi yang sesuai untuk mendirikan minimarket di Kecamatan Lembang Bandung Barat.</p>		<p>minimarket baru dapat disebar di tiga lokasi yakni Desa Gandakahuripan, Cikole, dan Sukajaya.</p>
--	--	--	--	--	---	--	--

Sumber : Skripsi

Dengan membandingkan beberapa judul tersebut, penelitian mengenai ”Studi Komparasi Pasar Ternak Bayongbong dan Pasar Ternak Wanaraja”, memiliki perbedaan dasar dari segi rumusan masalah, lokasi dan tempat, serta waktu. Dari rumusan masalah penelitian membatasi pada pengkajian variabel lokasi, aksesibilitas, komoditas, dan fasilitas. Dari segi lokasi dan tempat, penelitian ini berlokasi di Kabupaten Garut bertempat di Pasar Ternak Bayongbong dan Pasar Ternak Wanaraja. Dari segi waktu, penelitian ini dilakukan pada tahun 2015.

G. Struktur Organisasi Skripsi

1. BAB I

Pendahuluan yaitu, memaparkan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

2. BAB II

Kajian Pustaka yaitu menguraikan teori-teori yang relevan berkaitan dengan pengertian pasar, teori lokasi, teori aksesibilitas, komoditas pasar, serta fasilitas.

3. BAB III

Metode Penelitian yaitu menjelaskan cara-cara yang ditempuh dalam penelitian metode penelitian, pendekatan, populasi, sampel, variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. BAB IV

Hasil dan Pembahasan yaitu mendeskripsikan hasil yang didapat dari penelitian di lapangan disesuaikan dengan rumusan masalah.

5. BAB V

Kesimpulan dan rekomendasi yaitu menyimpulkan dari jawaban rumusan masalah dan memberikan saran-saran atau rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.