

ANALISIS EKONOMI KELEMBAGAAN DALAM SISTEM PASCA-PRODUKSI DAN PEMASARAN HASIL TERNAK: STUDI KASUS DI RPH AKBAR JAYA KOTA MAKASSAR

Hastang¹, Sitti Nurani Sirajuddin^{1,2}, Ilham Rasyid¹, Ilham Syarif¹, Nurhapsa^{3*},
A. Della Riski Utama⁴, A. Nurul Izzah⁴, Mukhlis⁵

¹Departemen Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

²Fakultas Peternakan, Universitas Sulawesi Barat

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, peternakan dan Perikanan
Universitas Muhammadiyah Parepare

⁴Program Studi Ilmu dan Teknologi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas
Hasanuddin

⁵Program Studi Agribisnis, Jurusan Bisnis Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri
Payakumbuh, Lima Puluh Kota

*Email Korespondensi : nurhapsa@umpar.ac.id

<https://doi.org/10.36841/agribios.v23i1.6306>

Abstrak

Industri peternakan sapi potong memainkan peran yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan daging sapi sebagai salah satu sumber protein utama bagi masyarakat. Kelembagaan pasca produksi sapi potong mencakup seluruh sistem organisasi, lembaga, dan mekanisme yang terlibat dalam kegiatan pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran produk daging sapi setelah sapi dipotong. Pentingnya kelembagaan pasca produksi sapi potong juga semakin relevan dengan meningkatnya permintaan daging sapi, baik di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu dilakukan penelitian yang bertujuan menganalisis kelembagaan pada pasca produksi dan pemasaran hasil Rumah Potong Hewan (RPH) mandiri di Kota Makassar. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan Nopember 2024 di Rumah Potong Hewan Mandiri di Kota Makassar. Analisis data yang dilakukan yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aliran produk dimulai dari pengumpul selaku penyedia sapi, kemudian menjual sapinya di RPH. Rata-rata pemotongan sapi di Rumah Potong Hewan mandiri sebanyak 20 ekor perhari tergantung permintaan pasar. Kemudian RPH melakukan fungsi-fungsinya seperti pengawasan dan pemeriksaan daging sapi yang dipotong setiap pukul 02.00-05.00 pagi. Selanjutnya daging sapi didistribusikan oleh jagal ke konsumen melalui pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional Kota Makassar dan pedagang pengolahan untuk diolah seperti bakso, coto dan lain-lain. Pembeli produk olahan daging sapi tersebut adalah konsumen akhir.

Kata kunci: kelembagaan, pasca produksi, distribusi, daging sapi, produk

Abstract

The beef cattle industry plays a very important role in meeting the need for beef as one of the main sources of protein for the community. Post-production institutions for beef cattle include the entire system of organizations, institutions, and mechanisms involved in the processing, packaging, distribution, and marketing of beef products after the cattle are slaughtered. The importance of post-production institutions for beef cattle is also increasingly relevant with the increasing demand for beef, both in the domestic and international markets. Therefore, a study was conducted that aims to analyze the institutional post-production and marketing of independent slaughterhouse (RPH) products in Makassar City. The data analysis conducted was quantitative descriptive. The results of the study showed that the product flow starts from the collector as the cattle provider, then sells the cattle at the RPH. The average slaughter of cattle at the independent Slaughterhouse is 20 per day depending on market demand. Then the RPH carries out its functions such as supervision and inspection of beef that is slaughtered every 02.00-05.00 in the morning. Furthermore, the beef is distributed by the butcher to consumers through retailers in traditional markets in Makassar City and processing traders to be processed such as meatballs, coto and others. The buyers of the processed beef products are the end consumers.

Keywords: *institutions, post-production, distribution, beef, products*

PENDAHULUAN

Sapi potong merupakan penyumbang daging terbesar dari kelompok ruminansia terhadap produksi daging nasional sehingga usaha ternak ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai usaha yang menguntungkan (Sandi & Purnama, 2017). Usaha sapi potong merupakan salah satu usaha peternakan yang dapat dimanfaatkan hasilnya, baik daging dan susu sebagai produk utama. Meningkatnya permintaan daging sapi dari tahun ke tahun sejalan dengan pertumbuhan populasi dan kesadaran masyarakat akan pentingnya protein hewani telah mendorong berkembangnya usaha peternakan sapi potong di Indonesia. Hal ini juga didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mencapai swasembada daging nasional (Mukhlis et al., 2023).

Sapi potong merupakan salah satu jenis ternak ruminansia yang memegang peranan penting dalam industri peternakan. Sapi potong merupakan kontributor utama dalam penyediaan daging yang merupakan sumber protein hewani yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pangan manusia. Selain itu, sapi potong juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan dengan menjadi salah satu komoditas unggulan dalam bisnis peternakan. Dengan permintaan daging sapi yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, pengembangan peternakan sapi potong menjanjikan prospek yang baik bagi para peternak. Hal ini menunjukkan bahwa sapi potong tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan pangan, tetapi juga dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di sektor peternakan (Soetriono & Amam, 2020; Rasyid et al., 2024). Sistem pertanian terpadu tanaman dan ternak merupakan salah satu dari sekian banyak teknologi yang saat ini sedang dikembangkan dalam rangka keberlanjutan sistem produksi pertanian (Mukhlis et al., 2018). Sistem pertanian terpadu ternak sapi dan tanaman padi lebih layak dari pada sistem pertanian secara monokultur atau konvensional (Mukhlis et al., 2019; Mukhlis et al., 2023).

Industri peternakan sapi potong memainkan peran yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan daging sapi sebagai salah satu sumber protein utama bagi masyarakat. Namun, setelah proses pemotongan sapi, ada serangkaian kegiatan yang tak kalah penting untuk memastikan bahwa produk daging yang dihasilkan aman, berkualitas, dan sampai ke konsumen dengan harga yang wajar. Proses pasca-produksi ini melibatkan berbagai aspek seperti penanganan, penyimpanan, dan distribusi yang harus dikelola secara efisien untuk menjaga kualitas daging dan meminimalkan kerugian. Selain itu, standarisasi dan pengawasan mutu pada tahap ini sangat krusial untuk menjamin keamanan pangan bagi konsumen.

Pemasaran merupakan proses lanjutan dari proses produksi sehingga pemasaran mempunyai peranan penting bagi usaha peternakan. Saluran pemasaran sapi potong yang ditempuh oleh peternak umumnya Peternak memasarkan kepada konsumen akhir dan juga beberapa peternak memasarkan ternak kepada pedagang pengumpul, pengecer, pedagang besar, pedagang antar pulau atau bahkan kepada pengusaha pemotong seperti penjual daging kiloan. Efisiensi dalam sistem pemasaran sangat mempengaruhi keuntungan yang diperoleh peternak dan harga yang harus dibayar oleh konsumen. Kompleksitas rantai pemasaran seringkali menyebabkan disparitas harga yang signifikan antara harga di tingkat peternak dan konsumen akhir.

Saluran pemasaran merupakan salah satu aspek krusial dalam memastikan kelancaran distribusi dan penjualan produk daging sapi dari peternak hingga sampai ke tangan konsumen. Dalam industri sapi potong, saluran pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai jalur distribusi, tetapi juga sebagai mekanisme untuk menjaga stabilitas harga, kualitas produk, serta aksesibilitas bagi konsumen di berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena

itu, pemahaman yang baik tentang saluran pemasaran sangat penting untuk mengoptimalkan kinerja industri peternakan, meningkatkan pendapatan peternak, dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Pada dasarnya, saluran pemasaran produk daging sapi melibatkan berbagai pihak, mulai dari peternak, pedagang pengumpul, pengepul, hingga pengecer atau pasar konsumen akhir. Proses pemasaran daging sapi ini juga melibatkan berbagai jenis pasar, baik pasar tradisional, pasar modern (supermarket atau minimarket), hingga pasar ekspor yang memiliki standar dan kebutuhan tertentu. Setiap saluran pemasaran memiliki karakteristiknya sendiri, dengan tantangan dan peluang yang berbeda-beda.

Kelembagaan peternak memiliki peranan yang signifikan dalam proses pemberdayaan, tetapi dinamika kelompok sering kali berdampak negatif terhadap kinerja kelembagaan tersebut (Amam & Harsita, 2019b), karena kinerja dari kelembagaan peternak dapat mempengaruhi kualitas sumber daya manusia peternak yang menjadi anggotanya (Amam & Harsita, 2019a). Tujuan dari pemberdayaan peternak adalah untuk memperkuat kemandirian, memberikan kemudahan dan kemajuan dalam usaha, serta meningkatkan daya saing dan kesejahteraan para peternak. Salah satu keuntungan dari pemberdayaan adalah meningkatkan kemampuan akses peternak terhadap sumber daya, karena sumber daya ini dapat memperluas kesempatan untuk mengembangkan usaha ternak (Amam & Soetriono, 2020).

Kelembagaan merupakan aturan main yang mempunyai peranan penting dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien, merata, dan berkelanjutan (Yustika, 2008). Dalam konteks industri peternakan, pendekatan ekonomi kelembagaan menjadi sangat relevan mengingat kompleksitas interaksi antar pelaku usaha dan pentingnya aturan formal maupun informal dalam mengatur transaksi ekonomi. Kelembagaan pasca produksi sapi potong mencakup seluruh sistem organisasi, lembaga, dan mekanisme yang terlibat dalam kegiatan pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran produk daging sapi setelah sapi dipotong. Hal ini melibatkan berbagai aktor dan pihak yang memiliki peran strategis, baik itu dalam pengolahan daging, penyimpanan, distribusi, hingga pemasaran. Kelembagaan ini juga terkait erat dengan pengawasan dan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah untuk memastikan kualitas, keamanan pangan, serta keberlanjutan industri.

Pentingnya kelembagaan pasca produksi sapi potong juga semakin relevan dengan meningkatnya permintaan daging sapi, baik di pasar domestik maupun internasional. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi oleh sektor ini, seperti masalah infrastruktur yang kurang memadai, harga yang fluktuatif, serta persaingan yang semakin ketat, menuntut adanya inovasi dalam pengelolaan kelembagaan pasca produksi. Keberhasilan dalam mengelola kelembagaan ini akan berimbas langsung pada daya saing produk daging sapi, kesejahteraan peternak, serta keamanan pangan bagi masyarakat.

Berdasarkan kompleksitas sistem kelembagaan dalam pasca-produksi dan pemasaran hasil ternak, diperlukan suatu kajian mendalam untuk menganalisis efektivitas dan efisiensi sistem yang ada. RPH Akbar Jaya sebagai Rumah Potong Hewan mandiri, sebagai salah satu rumah potong hewan yang berperan penting dalam rantai pasok daging sapi, menjadi lokus yang strategis untuk mengkaji aspek ekonomi kelembagaan dalam sistem pasca-produksi dan pemasaran hasil ternak. Analisis kuantitatif deskriptif dipilih sebagai pendekatan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang berbagai aspek kelembagaan. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan sistem kelembagaan yang ada, sehingga dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok daging sapi dan memberikan manfaat yang optimal bagi seluruh pemangku kepentingan, mulai dari peternak hingga konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di rumah potong hewan mandiri yaitu RPH Akbar Jaya pada bulan Oktober hingga bulan November 2024 karena Rumah Potong Hewan mandiri berlokasi kurang lebih 2 km dari Rumah Potong Hewan yang dikelola pemerintah Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis dinamika kelembagaan dalam sistem pasca- produksi dan pemasaran hasil ternak di RPH Akbar Jaya. Pendekatan ini fokus pada pengumpulan data yang terukur dan menggambarkan kondisi aktual yang terjadi di RPH Akbar Jaya.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden yang terlibat dalam sistem pasca-produksi dan pemasaran hasil ternak. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang sapi, Pekerja/ Pengelola dan Manajer RPH Akbar Jaya. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai proses pemasaran ternak sapi potong, terutama yang berkaitan dengan penjualan, saluran pemasaran, serta produk hasil ternak dan biaya produksi, termasuk mekanisme kelembagaan yang ada dalam pasca-produksi. Hal ini mencakup informasi mengenai peran kelembagaan dalam proses pasca-produksi, pola dan jalur saluran pemasaran, serta rincian terkait produk hasil ternak seperti daging, kulit dan tulang serta biaya produksi yang terlibat.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Jurnal-jurnal ini digunakan untuk memperkaya kajian literatur dan memberikan konteks lebih luas terhadap temuan data primer yang diperoleh di lapangan. Data sekunder ini mencakup hasil- hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kelembagaan pasca-produksi, saluran pemasaran, serta produk hasil ternak dan biaya produksi.

Analisa data yang digunakan untuk menganalisis kelembagaan pasca produksi dan saluran pemasaran ternak sapi potong di RPH Akbar Jaya digunakan analisa deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelembagaan Pasca Produksi

Secara umum, kelembagaan pasca produksi pada Rumah Pemotongan Hewan (RPH) merujuk pada sistem dan struktur organisasi yang mengelola proses setelah pemotongan sapi, mulai dari pengolahan daging hingga distribusi atau pemasaran produk. Proses ini mencakup berbagai tahap yang melibatkan banyak pihak untuk memastikan daging yang dihasilkan memenuhi standar keamanan, kualitas, dan kesejahteraan hewan. Berikut adalah beberapa aspek kelembagaan pasca produksi pada RPH sapi.

Pertama, kelembagaan pada proses pengolahan dan pemrosesan daging. Pada proses ini dibutuhkan pekerja dan umumnya masyarakat daerah yang berada di sekitar daerah tersebut. Proses pemotongan daging menjadi beberapa bagian sesuai dengan permintaan pasar. Bagian yang biasa dibutuhkan oleh pasar adalah daging, tulang rusuk, jeroan dan kulit. Proses pemisahan ini dilakukan berdasarkan pemilik dengan masing- masing jenis pesanan yang akan diambil pada pagi hari.

Kedua, pada proses rantai pasok dan distribusi. Daging dan tulang yang telah melewati proses pemotongan telah dipesan sebelumnya oleh beberapa penjual daging yang berada di beberapa pasar di Kota Makassar, seperti penjual daging yang berada di Pasar Daya, Pasar Terong dan Pasar Pa'baeng-baeng. Selain itu, RPH. UD Akbar Jaya Sejahtera juga

menyuplai daging dan jeroan kepada salah satu usaha kuliner makassar yaitu Pallubasa Serigala.

Khusus produk kulit sapi dibeli oleh pengusaha kerupuk kulit. Pengusaha kerupuk kulit sapi telah menjadi mitra di RPH ini dan dilakukan pendistribusian kulit yang telah dikeringkan selama 4-6 bulan sekali.

Ketiga, pada proses pengolahan limbah. RPH juga harus memiliki sistem untuk menangani limbah yang dihasilkan selama proses pemotongan, seperti darah, dan organ dalam yang tidak digunakan untuk konsumsi. Pengelolaan limbah ini penting untuk menjaga kebersihan dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Darah sapi yang berada di RPH UD. Akbar Jaya Sejahtera ditampung dan kemudian dijual kepada beberapa supplier yang akan menggunakan darah ini menjadi pakan ternak. Selain itu, untuk organ dalam juga diberikan secara cuma-cuma kepada beberapa orang yang membutuhkan rumen tersebut.

Alur Pemasaran (*Suply Chain*) Aliran Produk

Manajemen rantai pasokan adalah proses yang mengintegrasikan praktik manajemen dan teknologi informasi untuk mengoptimalkan aliran informasi dan produk di antara proses-proses serta mitra bisnis dalam suatu rantai pasokan. Rantai pasokan ini merupakan jaringan proses bisnis serta hubungan antar bisnis yang diperlukan untuk merancang, memproduksi, menjual, dan mengirimkan produk hingga mencapai pelanggan akhir (Sembiring et al., 2022). Rantai pasok memiliki tujuan utama yaitu untuk mengintegrasikan dan mengelola sumber, aliran, dan kontrol bahan menggunakan perspektif sistem total di berbagai fungsi dan beberapa tingkatan pemasok (Yunita et al., 2022).

Aliran 1. Pengumpul Sapi -Rumah Potong Hewan Mandiri- Pengecer-Konsumen

Aliran pertama ternak sapi yaitu produk dimulai dari pengumpul selaku penyedia sapi, kemudian menjual sapi di RPH. Rata-rata pemotongan sapi di RPH UD. Akbar Jaya sebanyak 20 ekor perhari tergantung permintaan pasar. Kemudian RPH melakukan fungsi-fungsinya seperti pengawasan dan pemeriksaan daging sapi yang dipotong setiap pukul 02.00-05.00 Pagi. Selanjutnya daging sapi di distribusikan oleh jagal ke konsumen melalui pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional Kota Makassar dan pedagang pengolah untuk diolah seperti bakso, coto dan lain-lain. Pembeli produk olahan daging sapi tersebut adalah konsumen akhir. Total rata-rata daging sapi segar yang di pasok oleh RPH di Kota Makassar sekitar 1500-4000 kg per harinya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Syakur et al (2017) yang menyatakan bahwa aliran produk mengalir dari hulu hingga hilir yaitu dari jagal hingga konsumen daging sapi.

Aliran 2. Pengumpul Sapi-Rumah Potong Hewan Mandiri-Konsumen

Aliran kedua menunjukkan RPH setelah melakukan pemotongan sapi selanjutnya konsumen langsung membeli ke RPH tanpa melalui pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional. Konsumen yang membeli langsung ke RPH sebanyak 2-3 kg. per hari per konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Syakur et al (2017) bahwa struktur rantai pasok melibatkan anggota rantai pasok dan setiap anggota rantai pasok melakukan fungsi-fungsi pemasaran.

Aliran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 pola pada aliran pemasaran. Adapun pola aliran yang terbentuk yaitu (a) konsumen - pedagang pengecer – RPH -Pedagang pengumpul-peternak dan (b) konsumen – RPH – pedagang pengumpul – peternak. Hal tersebut sesuai

dengan pernyataan Irwansyah et al (2022) bahwa aliran pemasaran mengalir dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen akhir ke pedagang sapi.

Aliran Informasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan aliran informasi dari yang berjalan pada CV. AKBAR JAYA adalah informasi terkait pemasok dari peternak sapi, lokasi pembelian sapi, lokasi pemotongan sapi, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi, jumlah persediaan dan pemotongan daging sapi, lokasi penjualan kulit sapi, dan harga pasar. Informasi persediaan daging sapi mengalir pada RPH ke pedagang pengecer hingga konsumen dan begitupula sebaliknya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Fayaqun, et al (2021) bahwa aliran informasi bergerak dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu. Aliran informasi yang berjalan antara pihak-pihak yang terlibat dalam saluran distribusi daging sapi adalah informasi terkait pemasok, lokasi pembelian daging sapi, kualitas daging sapi dan sebagainya.

Risyaldi et al (2021) menyatakan bahwa Informasi mengenai persediaan produk yang tersedia di setiap divisi sering kali diperlukan oleh distributor maupun instansi terkait. Selain itu, data mengenai kapasitas produksi yang dimiliki oleh pemasok juga menjadi kebutuhan penting bagi instansi tertentu. Informasi mengenai status pengiriman bahan baku diperlukan baik oleh pihak pengirim maupun penerima. Menurut Furqon (2014) dalam Sherlywati (2018) bahwa ruang lingkup kegiatan dalam manajemen rantai pasokan (SCM) mencakup berbagai aktivitas yang terintegrasi, termasuk pengelolaan aliran informasi yang berhubungan dengan tiga aspek utama: 1) sumber daya, 2) proses produksi, dan 3) distribusi produk kepada pengguna akhir.

Produk Hasil Ternak dan Biaya Produksi

Pemasaran sapi potong sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen sampai ke tangan konsumen masih panjang, peran pedagang dan blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan menyebabkan harga yang diterima peternak menjadi kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar. Strategi pemasaran perlu dilakukan agar dapat melaksanakan pemasaran yang efisien, karena dengan pemasaran yang efisien dapat memotivasi peternak dalam meningkatkan usaha, sehingga produktivitas dapat ditingkatkan (Ningsih et al., 2017).

Pada umumnya RPH merupakan tempat para pedagang besar melakukan pemotongan pada sapi mereka untuk dijual kepada pemborong maupun pedagang pengecer (Syakur et al, 2017). Produk hasil ternak sapi memiliki beragam manfaat ekonomi yang menarik perhatian berbagai pihak. Adapun produk hasil ternak dari RPH Dg Lalla diantaranya, daging sapi masih menjadi produk utama dengan nilai ekonomi tertinggi. Namun, bagian lain seperti tulang, kulit, jeroan, kaki, dan kepala sapi juga berkontribusi signifikan dalam mendukung ekonomi peternak dan pelaku usaha. Pemanfaatan seluruh bagian sapi, jika dikelola dengan baik, dapat memberikan nilai tambah yang besar sekaligus mengurangi limbah peternakan.

Tulang sapi, meskipun dianggap sebagai produk sekunder, memiliki potensi besar dalam industri makanan dan kesehatan. Tulang sapi digunakan sebagai bahan dasar untuk produk seperti kaldu instan dan suplemen kalsium. Hal ini membuka peluang bagi peternak untuk memanfaatkan limbah tulang yang selama ini kurang diperhatikan. Dengan pengolahan yang sederhana, tulang sapi dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pendapatan peternak kecil.

Kulit sapi juga merupakan salah satu produk dengan nilai ekonomi tinggi, terutama di pasar ekspor. Pengolahan kulit sapi menjadi produk setengah jadi seperti wet blue atau crust leather mampu meningkatkan nilai jual hingga tiga kali lipat dibandingkan kulit

mentah. Namun, salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya akses peternak kecil terhadap teknologi pengolahan modern, yang menyebabkan mereka hanya mendapatkan keuntungan minimal dari produk ini.

Kaki dan kepala sapi, meski sering dianggap sebagai produk sisa, memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Kikil dari kaki sapi menjadi bahan penting dalam berbagai makanan tradisional. Sementara itu, kepala sapi sering diolah menjadi makanan khas seperti gulai kepala sapi yang diminati di pasar lokal. Pemanfaatan bagian-bagian ini tidak hanya membantu mengurangi limbah tetapi meningkatkan pendapatan peternak.

Jeroan sapi memiliki daya tarik tersendiri di pasar lokal sebagai bahan masakan tradisional. jeroan seperti hati, paru, dan usus sapi banyak diminati oleh masyarakat Sulawesi Selatan hal itu dikarenakan banyak pengusaha kuliner khususnya coto dan pallubasa yang identik dengan jeroan. Namun, untuk menembus pasar ekspor, tantangan utama adalah memastikan sanitasi dan kualitas produk. Beberapa negara tujuan ekspor memiliki standar yang ketat terhadap produk jeroan, sehingga dibutuhkan dukungan teknologi dan pelatihan bagi pelaku industri lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Kelembagaan pasca produksi sapi potong mencakup seluruh sistem organisasi, lembaga, dan mekanisme yang terlibat dalam kegiatan pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran produk daging sapi setelah sapi dipotong.
2. Produk hasil ternak dari Rumah potong Hewan mandiri diantaranya daging sapi masih menjadi produk utama dengan nilai ekonomi tertinggi. Namun, bagian lain seperti tulang, kulit, jeroan, kaki, dan kepala sapi juga berkontribusi signifikan dalam mendukung ekonomi peternak dan pelaku usaha

Berdasarkan hasil penelitian disarankan: 1) adanya koordinasi antar pelaku usaha dan peningkatan kapasitas sumberdaya manusia yang terlibat pada usaha RPH sangat diperlukan untuk penguatan kelembagaan pasca produksi; 2) Perlu dilakukan pengembangan dan inovasi terhadap pemanfaatan bagian-bagian sapi selain daging utama, seperti kulit, tulang, jeroan, kaki, dan kepala agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan mengurangi limbah peternakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amam, A., & Harsita, P. A. (2019a). Aspek Kerentanan Usaha Ternak Sapi Perah di Kabupaten Malang. *Agrimor*, 4(2), 26–28. <https://doi.org/10.32938/ag.v4i2.663>
- Amam, A., & Harsita, P. A. (2019b). Efek Domino Performa Kelembagaan, Aspek Risiko, dan Pengembangan Usaha terhadap SDM Peternak Sapi Perah. *Sains Peternakan*, 17(1), 5. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v17i1.24266>
- Amam, A., & Soetriono, S. (2020). Peranan Sumber Daya terhadap SDM Peternak dan Pengembangan Usaha Ternak Sapi Perah di Kawasan Peternakan Sapi Perah Nasional (KPSPN). *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 22(1), 1. <https://doi.org/10.25077/jpi.22.1.1-10.2020>
- Furqon, C. (2014). Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi di Kabupaten Bandung. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 3(2), 109–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/image.v3i2.1119>

- Hodgson, G. M. (1998). Competence and contract in the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 35(2), 179–201. [https://doi.org/10.1016/s0167-2681\(98\)00053-5](https://doi.org/10.1016/s0167-2681(98)00053-5)
- Irwansyah, I., Nealma, S., Sudirman, S., & Sukarne, S. (2022). Supply Chain Analysis of Beef from Slaughterhouse to End Consumers (Case Study: Bangkong Slaughterhouse). *Jurnal Biologi Tropis*, 22(3), 883–888. <https://doi.org/10.29303/jbt.v22i3.3961>
- Mukhlis, Hendriani, R., Sari, N., Wisra, R. F., Fitrianti, S., & Lutfi, U. M. (2023). Analisis Pendapatan Petani Model Usahatani Terpadu Jagung – Sapi di Kecamatan Payakumbuh. *Jurnal Penelitian Pertanian Terpadu*, 23(2), 254 – 261. <https://doi.org/https://doi.org/10.25181/jppt.v23i2.2793>
- Mukhlis, Noer, M., Nofialdi, & Mahdi. (2018). The Integrated Farming System of Crop and Livestock: A Review of Rice and Cattle Integration Farming. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR) International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 42(3), 68–82. <https://www.gssrr.org/index.php/JournalOfBasicAndApplied/article/view/9477/4194>
- Mukhlis, Noer, M., Nofialdi, & Mahdi. (2019). Comparison of External and Internal Inputs Usage Based on Enterprises Scale on Rice-cattle Integration Systems Farming. *Asian Journal of Scientific Research*, 13(1), 9–17. <https://doi.org/10.3923/ajsr.2019>
- Ningsih, U. W., Hartono, B., & Nugroho, E. (2017). Analisis pemasaran sapi potong melalui analisis marjin, transmisi harga, struktur pemasaran, perilaku pemasaran dan kinerja pemasaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 27(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.jiip.2017.027.01.01>
- Rasyid, I., Wirawan, I., Sirajuddin, S. N., & Mukhlis. (2024). *Accessibility of Sustainable Beef Cattle Business Development in Mattiro Bulu District , Pinrang Regency*. 10(6), 7688–7695. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i10.9083>
- Risyaldi, A., Nusran, M., & Lantara, D. (2021). Studi Produk Halal Daging Ayam Potong Dengan Pendekatan Rantai Pasok (Supply Chain) Di Makassar. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(1), 40–48. <https://doi.org/10.30653/ijma.202111.10>
- Sandi, S., & Purnama, P. P. (2017). Manajemen Perkandangan Sapi Potong di Desa Sejaro Sakti Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Peternakan Sriwijaya*, 6(1), 12–19. <https://doi.org/10.33230/jps.6.1.2017.5073>
- Sembiring, R., Astuti, M., & Argo, J. G. (2022). Rantai Pasok Pemasaran Produk Kelompok Tani Di Era Pandemic Covid-19. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i1.594>
- Sherlywati, S. (2018). Urgensi Penelitian Manajemen Rantai Pasok: Pemetaan Isu, Objek, Dan Metodologi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 147–162. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i2.800>
- Soetriono, S., & Amam, A. (2020). The performance of institutional of dairy cattle farmers and their effects on financial, technological, and physical resources. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 30(2), 128–137. <https://doi.org/10.21776/ub.jiip.2020.030.02.05>
- Syakur, M. A., Purnomo, S. H., & Hertanto, B. S. (2017a). Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta Analysis of Supply Chain Beef Cattle from Slaughterhouses to Consumers in Surakarta City. *Sains Peternakan*, 15(2), 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/sainspet.v15i2.11444>

- Syakur, M. A., Purnomo, S. H., & Hertanto, B. S. (2017b). Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai Konsumen di Kota Surakarta Analysis of Supply Chain Beef Cattle from Slaughterhouses to Consumers in Surakarta City. *Sains Peternakan*, 15(2), 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/sainspet.v15i2.11444>
- Yunita, S., Mahesti, N. A., Sihalohe, R. M. B., & Setyadi, R. (2022). Forecasting Pada Rantai Pasok Pabrik Penggilingan Daging Menggunakan Metode Time Series. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(3), 761–769. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i3.4221>
- Yustika, A. E. (2008). *Ekonomi kelembagaan : Definisi, teori, dan strategi* (II). Bayu Media.