

## STRATEGI PENINGKATAN EFISIENSI PEMASARAN SAPI POTONG PADA KELOMPOK PETERNAK SAPI “MEKAR JAYA” DI DESA PUHU-PAYANGAN

SUKANATA I W., N. SUPARTA, K.W. PARIMARTHA, I W. BUDIARTHA, SUCIANI

*Fakultas Peternakan Universitas Udayana*

*HP: 081353248994*

*Email: nata\_suka@yahoo.com*

### ABSTRACT

The members of cattle farmer groups “Mekar Jaya” are small farmers who raise 2-5 heads of cattle. Marketing system has not yet been well-organized, the role of the group is not maximized in assisting its members to market the cattle produced. The farmers marketed their cattle individually by selling to the middleman known as “*belantik*” who come to the farm location. The price paid by the *belantik* was determined based on estimated weight of cattle, in which the skill of farmers in this case was not adequate. The market structure faced by farmers leads to monopsony, market chain was too long, and farmers’ bargaining position was weak. The above conditions caused to low farmer’s share, it was only 63.48%. This Community service aims to improve the efficiency of cattle marketing in this group so that the farmer’s share could be increased. The methods used were a lecture, discussion, and practice. This activity provided a positive influence on changes in mindset and behavior of members of the group in the cattle marketing. These changes included: increasing the role of the group to support the marketing, market chain was shorter, and upgrading the skills of farmers to estimate the cattle weight. These changes improved marketing efficiency showed by the increase in farmer’s share of 5.55%. The increasing of farmer’s share was still felt not maximized because there was cheating indication in weighing cattle in livestock market.

*Keywords: small farmers, behavior change, marketing efficiency*

### PENDAHULUAN

Kelompok peternak sapi “Mekar Jaya” merupakan kelompok peternak sapi yang terletak di Desa Puhu, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar. Sampai saat ini jumlah anggota kelompok ini sebanyak 16 orang peternak dengan jumlah populasi sapi sekitar 50 ekor yang tersebar pada anggota kelompok. Kelompok ini masih tergolong kelompok pemula karena baru berdiri beberapa tahun lalu, yaitu tanggal 27 Januari 2007.

Wilayah kelompok peternak sapi “Mekar Jaya” terletak pada dataran tinggi yaitu pada ketinggian 450 sampai 600 meter dari permukaan laut dan beriklim tropis. Hawa di daerah ini cukup sejuk, suhu siang hari rata-rata 27°C dan malam hari 24°C. Curah hujan di wilayah ini 1.100-2.000 mm/th. Jenis tanah di wilayah ini adalah regosol berwarna coklat dengan struktur lempung berpasir sehingga sangat cocok sebagai lahan pertanian. Lebih dari 93% dari luas lahan di daerah ini digunakan sebagai lahan pertanian. Ketersediaan air juga sangat mencukupi di daerah ini, sehingga jumlah sawah cukup luas mencapai 60 Ha. Tanaman padi dan tanaman hortikultura lainnya serta perkebunan tumbuh subur di daerah ini, begitu pula dengan jenis-jenis tanaman pakan ternak. Luas lahan tegalan dan perkebunan mencapai 210 Ha. Rata-rata kepemilikan lahan di daerah ini cukup luas, yaitu 1.2 Ha per orang.

Sebagian besar penduduk di sekitar wilayah kelompok bermatapencaharian sebagai petani, dan hampir semua

dari mereka memelihara sapi. Peternakan sapi merupakan usaha peternakan rakyat, dengan skala kepemilikan 2-5 ekor tergantung dari luas lahan yang dimiliki. Secara umum pola usaha peternakan sapi yang dilakukan peternak merupakan pola integrasi tanaman dengan ternak. Limbah pertanian yang dihasilkan diantaranya jerami padi, jerami kacang tanah, jerami jagung, gulma, maupun berbagai jenis hijauan yang merupakan hasil sampingan dari usahataniya dimanfaatkan sebagai pakan sapi. Peternak umumnya tidak menyediakan lahan khusus untuk menanam tanaman pakan ternak, tetapi hanya memanfaatkan pematang sawah atau tegalan untuk menanam tanaman yang dapat digunakan sebagai pakan sapi.

Dalam memelihara sapi hampir semua peternak sudah menggunakan kandang. Dengan demikian pola pemberian pakan yang dilakukan adalah sistem *cut and carry*. Sebagian besar peternak (61.25%) menggunakan pakan hijauan dan atau limbah pertanian seperti jerami sebagai pakan sapi. Beberapa peternak lainnya juga sudah memberikan pakan tambahan berupa dedak padi atau dedak gandum (polar) kepada sapi yang biasanya diperoleh dengan jalan membeli atau dari hasil sampingan di sawah. Waktu pemberian pakan hijauan umumnya dilakukan sebanyak dua kali sehari, yaitu pagi dan sore.

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dan tidak boleh diabaikan dalam menjalankan suatu usaha peternakan. Namun demikian, kelompok ini

lebih fokus mengurus masalah produksi dan kurang memperhatikan aspek pemasaran. Sistem pemasaran sapi pada kelompok ini belum terorganisir secara baik, peranan kelompok belum maksimal membantu anggotanya dalam memasarkan sapi yang dihasilkannya. Selama ini pemasaran sapi oleh peternak dilakukan secara individu dengan mengandalkan pedagang perantara yang dikenal dengan istilah *belantik*. Peternak biasa menjual sapi kepada *belantik* yang mendatangi lokasi peternakan. Harga yang dibayar oleh *belantik* ditentukan berdasarkan perkiraan berat sapi (tanpa timbangan yang dikenal dengan istilah cawangan), sementara kemampuan peternak dalam menaksir berat masih sangat kurang. Informasi harga sapi yang diperoleh peternak juga bersumber dari para *belantik*. Peternakan sapi di wilayah desa kelompok merupakan peternak rakyat dengan skala pemeliharaan yang relatif sedikit, namun jumlah peternaknya banyak, sedangkan jumlah pedagang/*belantik* yang membeli sapi sangat sedikit yaitu 1-2 orang. Kondisi ini menyebabkan peternak menghadapi pasar yang mengarah ke pasar yang bersaing tidak sempurna (monopsoni). Dalam struktur pasar seperti ini posisi tawar peternak sangat lemah. Pedagang mempunyai peranan yang lebih dominan dalam menentukan harga (*price maker*), sedangkan peternak umumnya merupakan *price taker*. Di lihat dari rantai pemasarannya, 77,50% peternak dilokasi kelompok menjual sapi kepada *belantik* yang mendatangi lokasi peternak, (Sukanata *et al.*, 2009). Dalam rantai pasar tersebut, jarak *belantik* dengan konsumen akhir relatif jauh (masih ada sekitar 4 pedagang perantara lagi sebelum konsumen akhir). Rantai pasar yang panjang tersebut menyebabkan margin pemasaran menjadi tinggi (Sudiyono, 2002), sehingga bagian yang diterima peternak dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir (*farmer's share*) menjadi rendah. Rata-rata *farmer's share* peternak sapi di kelompok ini hanya 63,48% dan sisanya merupakan margin pemasaran yang diterima pedagang (Sukanata *et al.*, 2010). Dari margin tersebut, 78,09-80,14% merupakan keuntungan dari pemasaran yang diterima oleh pedagang. Dari *Farmer's share* di atas, 93% merupakan biaya produksi (berdasarkan biaya tunai) dan 7% merupakan keuntungan peternak.

Berdasarkan atas analisis situasi di atas maka masalah yang dapat dirumuskan adalah masih lemahnya sistem pemasaran sapi di kelompok peternak sapi "Mekar Jaya" sehingga kegiatan pengabdian ini sangat penting dilaksanakan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran sapi pada kelompok tersebut sehingga pendapatan peternak dapat ditingkatkan.

## METODE PEMECAHAN MASALAH

Permasalahan yang telah dirumuskan di atas berusaha dipecahkan dengan melakukan beberapa tindakan

antara lain: 1) merubah pola pikir anggota kelompok sehingga menyadari betapa pentingnya pemasaran yang lebih efisien; 2) meningkatkan peran kelompok dalam pemasaran; 3) memperpendek rantai pasar; dan 4) meningkatkan ketrampilan peternak menaksir berat sapi yang akan dijual.

Peternak dimotivasi sehingga tidak hanya berorientasi dibidang produksi tetapi juga memikirkan bagaimana memasarkan sapi secara efisien sehingga lebih menguntungkan. Perilaku pemasaran yang selama ini dilakukan secara sendiri-sendiri oleh anggota kelompok harus ditinggalkan dan melakukannya secara bersama-sama dengan dikoordinir oleh kelompok. Peternak dimotivasi untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan sehingga mampu menghasilkan ide-ide baru untuk bagaimana memasarkan sapi secara lebih efisien dan menguntungkan. Dengan demikian peternak tidak hanya memiliki *hard skill* tentang bagaimana memelihara sapi, tapi juga memiliki *soft skill* sikap mental seorang wirausaha.

Dalam kegiatan ini kelompok dimotivasi untuk merubah prilakunya sehingga tidak hanya fokus dalam meningkatkan keterampilan peternak dalam berproduksi tetapi juga mampu mengkoordinir anggotanya untuk memasarkan sapi secara bersama-sama melalui kelompok. Kelompok tersebut bisa menjadi modal sosial yang dapat memainkan peranan yang penting dalam mensupport pemasaran sapi hasil anggotanya sehingga dapat meningkatkan posisi tawar peternak (Patrick, *et al.*, 2010). Untuk meningkatkan kepercayaan anggota terhadap kelompok, maka disarankan agar kelompok dikelola dengan baik, jujur, dan transparan serta dapat memberikan *benefit* bagi anggotanya.

Semakin banyak lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan sapi (rantai pasar yang panjang), maka margin pemasaran juga semakin tinggi. Meningkatnya margin pemasaran akan mengurangi *farmer's share*, yang artinya bagian yang diterima peternak dari harga di konsumen akhir akan semakin kecil. Untuk meningkatkan *farmer's share* maka rantai pasar harus diperpendek. Dalam kaitan ini kelompok/anggota kelompok dimotivasi untuk memperluas jaringan pemasaran. kelompok/anggota kelompok tidak boleh hanya mengandalkan *belantik* dalam pemasaran sapi. Mereka harus aktif mencari, mengenal dan memilih pembeli yang lebih dekat dengan konsumen akhir sehingga mendapat harga yang lebih tinggi.

Perilaku pemasaran tanpa timbangan yang biasa dilakukan oleh peternak memerlukan keahlian untuk menaksir berat sapi sehingga peternak dapat menghargai sapi secara lebih tepat dan tidak mudah dipermainkan oleh pedagang. Untuk meningkatkan ketrampilan menaksir berat sapi, maka peternak dilatih menaksir berat sapi dengan menerapkan rumus penaksiran berat sapi (Jagra 2001). Untuk dapat menaksir berat maka peternak dilatih mengukur panjang badan dan lingkaran

dada sapi, dan selanjutnya bagaimana menerapkan kedua ukuran tersebut ke dalam rumus tersebut di atas.

Kegiatan pengabdian ini di bagi ke dalam tiga kelompok kegiatan, antara lain: pengamatan sebelum pengabdian, pengabdian, dan evaluasi setelah pengabdian. Sebelum pengabdian dilaksanakan, dilakukan pengamatan langsung mengenai pemasaran sapi di kelompok ini. Di samping itu, penggalian informasi khususnya mengenai pemasaran sapi juga dilakukan dari tokoh-tokoh peternak di situ. Sebelum kegiatan pengabdian dilakukan, tim pengabdian juga berkoordinasi dengan kepala desa setempat, dan ketua kelompok untuk menentukan hari pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu 16 September 2012 di balai pertemuan kelompok yang berlokasi di Desa Puhu, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar. Para peserta adalah pengurus dan anggota kelompok peternak sapi "Mekar Jaya". Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, yang dipadukan dengan praktik di lapangan. Para peternak anggota kelompok dikumpulkan di balai pertemuan milik kelompok dan selanjutnya tim pengabdian menyampaikan kiat-kiat bagaimana meningkatkan efisiensi pemasaran sapi pada kelompok tersebut. Tim pengabdian memotivasi anggota kelompok/kelompok untuk merubah perilaku pemasaran, memperpendek rantai pasar, dan melatih peternak menaksir berat sapi. Dengan demikian, pemasaran sapi yang dihasilkan oleh kelompok ini akan lebih efisien sehingga pendapatan peternak akan lebih tinggi.

Kegiatan evaluasi dilaksanakan dengan melakukan pemantauan setelah pengabdian selesai. Kegiatan pemantauan dilakukan sampai akhir bulan Oktober 2012 untuk mengetahui keberhasilan pencapaian tujuan pengabdian ini. Pemantauan dilakukan terhadap perubahan perilaku pemasaran sapi di kelompok ini pasca kegiatan pengabdian, dan melihat bagaimana pengaruhnya terhadap efisiensi pemasaran sapi di kelompok tersebut. Perubahan efisiensi pemasaran dilihat dari perubahan *farmer's share*.

## HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian pada hari Minggu 16 September 2012 dibagi dalam dua sesi, yaitu sesi pertama dilakukan di dalam ruangan yaitu dari pukul 10.00-12.00 WITA (Gambar 1), dan sesi kedua dilakukan praktik penaksiran berat sapi di lapangan yaitu dari pukul 13.00-14.00 WITA (Gambar 2).

Peserta sangat senang dan antusias mengikuti kegiatan ini sampai berakhir. Hal ini dapat dilihat dari: 1) jumlah kehadiran peserta; 2) keseriusan peserta mengikuti kegiatan; serta 3) partisipasi peserta dalam kegiatan diskusi dan praktek. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini adalah peternak yang merupakan pengurus



Gambar 1. Kegiatan pelatihan di dalam ruangan (penyuluhan dan diskusi).



Gambar 2. Praktik pengukuran dimensi tubuh untuk menaksir berat badan sapi

dan anggota kelompok peternak sapi "Mekar Jaya" yang berjumlah 15 orang dari jumlah keseluruhan 16 orang yang ada (Tabel 1). Ketidakhadiran satu orang tersebut adalah karena ia sedang sakit. Kegiatan ini juga dihadiri oleh bapak perbekel (kepala desa) dan 4 orang dosen (selain tim pengabdian).

Tabel 1. Anggota kelompok peternak sapi yang hadir saat pengabdian

No	Nama	Jabatan dalam Kelompok	Jumlah Sapi yang dipelihara (ekor)
1.	I Wayan Dwiantara	Ketua Kelompok	5
2.	I Wayan Sumardika	Sekretaris	4
3.	I Nyoman Wiradnyana	Bendahara	4
4.	I Wayan Tugur	anggota	3
5.	I Wayan Mustika	anggota	2
6.	I Wayan Nadi	anggota	3
7.	I Wayan Sumardana	anggota	4
8.	I Nyoman Diatmika	anggota	5
9.	I Wayan Rebes	anggota	4
10.	I Made Sudira	anggota	3
11.	I Nyoman Ginantera	anggota	4
12.	I Made Mudana	anggota	5
13.	I Nyoman Sukadana	anggota	4
14.	I Wayan Mudiana	anggota	3
15.	I Wayan Liger	anggota	4

Para peserta sangat responsif terhadap acara ini sehingga diskusi dapat berlangsung dua arah yang menjadikan suasana kegiatan menjadi hidup. Para peternak aktif mengajukan pertanyaan-pertanyaan

berkaitan dengan permasalahan yang mereka hadapi khususnya dalam pemasaran sapi serta menanggapi hal-hal yang disampaikan oleh tim pengabdian. Seluruh peserta juga aktif berpartisipasi dalam kegiatan praktek menaksir berat melalui pengukuran dimensi tubuh sapi. Semua anggota kelompok aktif mencoba bagaimana mengukur panjang badan dan lingkaran dada sapi dan menerapkannya ke dalam rumus penaksiran bobot badan yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Materi pelatihan yang disampaikan pada kegiatan ini merupakan hal baru yang sebelumnya belum pernah mereka dapatkan. Materi tersebut disampaikan dengan bahasa peternak, sehingga mudah dipahami. Hal ini juga didukung oleh tingkat pendidikan mereka yang sudah cukup baik (minimal SMP) dan masih berumur muda-muda.

Hasil evaluasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan pengaruh yang positif terhadap perubahan pola pikir dan perilaku kelompok/anggota kelompok dalam memasarkan sapi. Perubahan perilaku tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator antara lain: peningkatan peran kelompok dalam mendukung pemasaran, rantai pasar yang lebih pendek, dan peningkatan keterampilan peternak menaksir berat sapi. Perubahan perilaku tersebut di atas berdampak pada peningkatan efisiensi pemasaran yang dapat dilihat dari peningkatan *farmer's share*, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengaruh kegiatan pengabdian terhadap perilaku kelompok dan efisiensi pemasaran

Uraian	Sebelum Pengabdian	Setelah Pengabdian
Perilaku kelompok	Melepas anggotanya memasarkan sapi secara sendiri-sendiri	Kelompok berperan aktif membantu pemasaran sapi yang dihasilkan anggotanya
Perilaku anggota kelompok	Memasarkan sapi secara sendiri, tidak terikat kelompok	Memasarkan sapi dengan dikoordinir oleh kelompok
Rantai Pemasaran	Hanya mengenal belantik sebagai pembeli sapi panjang (peternak menjual kepada belantik)	Mengenal lebih banyak pembeli seperti pedagang antar pulau Lebih pendek (jalur pemasaran tidak melalui belantik, tapi langsung ke pedagang sapi antar pulau)
Posisi tawar peternak	Lemah	Lebih kuat
Keterampilan menaksir berat badan sapi	Kurang	Mampu menerapkan rumus penaksiran berat dengan baik
Farmer's share	63,48%	69,03%

Setelah kegiatan pengabdian, wawasan kelompok dalam hal pemasaran menjadi lebih terbuka dan lebih aktif menjalankan fungsinya khususnya dalam mengkoordinir dan membantu memasarkan sapi yang dihasilkan oleh anggotanya. Kelompok tersebut mendata sapi yang akan dijual oleh anggotanya dan

selanjutnya mencari pembeli. Pengabdian ini telah mengenalkan para pelaku pasar termasuk para pembeli sapi di Bali kepada kelompok. Dengan demikian kelompok ini telah mengenal dan mampu memilih calon pembeli yang mau membeli sapi dengan harga yang lebih tinggi, tidak seperti sebelum kegiatan pengabdian dimana peternak hanya mengenal *belantik* sebagai pembeli. Perubahan perilaku kelompok tersebut juga didukung oleh perubahan perilaku anggota kelompok dimana mereka tidak lagi memasarkan sapi secara sendiri-sendiri melainkan mendukung program pemasaran secara bersama yang dikoordinir oleh kelompok. Perubahan perilaku ini juga telah mampu memperpendek rantai pasar, dimana sebelumnya peternak hanya mengandalkan *belantik* sebagai pembeli sapi dan *belantik* tersebut akan menjual kepada pedagang antar pulau. Kini peternak dengan dikoordinir oleh kelompok telah menjual sapi secara langsung kepada pedagang antar pulau. Kegiatan menjual langsung kepada pedagang antar pulau tersebut membutuhkan sedikit tambahan biaya untuk biaya transportasi dibandingkan menjual kepada *belantik*, namun tambahan pendapatan yang diperoleh jauh lebih tinggi dibandingkan tambahan biayanya yang dikeluarkan sehingga lebih menguntungkan. Dengan dikoordinir oleh kelompok biaya pemasaran juga dapat ditekan karena kelompok dapat menyewa satu kendaraan bersama beberapa anggotanya sampai kendaraan penuh sesuai kapasitasnya sehingga biaya per ekor sapi menjadi lebih murah. Pemasaran secara berkelompok tersebut juga dapat memperkuat posisi tawar peternak.

Keterampilan peternak dalam menaksir berat sapi juga meningkat dari sebelum kegiatan pengabdian ini. Peternak telah mampu mengukur panjang badan dan lingkaran dada sapi dengan baik dan selanjutnya telah dapat menerapkan kedua ukuran tersebut ke dalam rumus penaksiran berat sapi. Namun demikian, menurut penuturan peternak, ada selisih berat yang cukup besar antara hasil penaksiran dengan hasil penimbangan di pasar hewan, yaitu sekitar 25 sampai 30 kg per ekor sapi. Hal ini mengundang kecurigaan peternak mengenai adanya indikasi permainan pada saat penimbangan sapi di pasar hewan. Jika indikasi kecurigaan ini benar tentu sangat merugikan bagi peternak, sehingga harus ditindaklanjuti oleh pihak yang berwenang. Sebetulnya di pasar tersebut telah ada timbangan baru yaitu berupa timbangan digital, namun timbangan tersebut tidak dioperasikan. Yang digunakan menimbang sapi justru timbangan lama yang masih menggunakan sistem manual.

Perubahan perilaku pemasaran tersebut di atas berpengaruh positif terhadap efisiensi pemasaran yang ditunjukkan oleh peningkatan *farmer's share*. *Farmer's share* pada kelompok ini meningkat sebesar 5,55%. Jika tidak ada permainan timbangan seperti yang dicurigai oleh peternak, *farmer's share* peternak sebetulnya meningkat sebesar 9,93%. Jika kecurigaan

peternak tersebut benar, maka setiap menimbang 1 ekor sapi peternak telah kehilangan rupiah sekitar 25-30 kg dikalikan dengan harga sapi per kg saat itu.

Pasca kegiatan pengabdian, peternak juga sudah mulai berpikir kreatif dalam memasarkan sapi yang ditunjukkan oleh adanya rencana kelompok membentuk bursa ternak sapi di lokasi kelompok. Hal ini dilakukan untuk menghindari permasalahan permainan timbangan di pasar hewan, menekan biaya transportasi pemasaran, serta mengurangi resiko perjalanan karena jarak yang cukup jauh dengan pasar hewan. Kelompok akan merencanakan produksi sehingga pada waktunya dijual paling tidak akan ada sapi sebanyak 1 truk (14-15 ekor) sesuai dengan jumlah pengiriman ke luar pulau. Selanjutnya kelompok akan mengundang para pedagang antar pulau untuk membeli sapi di bursa tersebut. Kelompok ini juga akan mengajak peternak sapi di luar anggota kelompok untuk ikut menjual sapi melalui bursa tersebut. Indikasi permainan timbangan di pasar hewan yang lebih menguntungkan bagi pedagang akan menyebabkan pedagang lebih tertarik untuk datang ke pasar hewan dibandingkan ke bursa yang dibentuk kelompok. Hal ini tentu akan menghambat berjalannya bursa ternak sapi yang ingin dibentuk oleh kelompok. Dengan demikian maka pemerintah harus memberikan dukungan yang lebih nyata dengan membebaskan pasar hewan dari mapia pasar yang suka mempermainkan timbangan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Kegiatan pengabdian ini memberikan pengaruh yang positif terhadap perubahan perilaku kelompok/anggota kelompok dalam memasarkan sapi. Perubahan perilaku tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator antara lain: adanya peningkatan peran kelompok dalam mendukung pemasaran, rantai pasar yang lebih pendek, dan peningkatan keterampilan peternak menaksir berat sapi. Perubahan perilaku tersebut di atas berpengaruh positif terhadap efisiensi pemasaran yang ditunjukkan oleh peningkatan *farmer's share sebesar 5,55%*. Peningkatan *farmer's share* tersebut dirasakan belum maksimal karena ada indikasi kecurangan dalam penimbangan sapi di pasar hewan yang sangat merugikan bagi peternak.

### Saran

Kekompakan anggota kelompok dengan pengurus kelompok yang telah terjalin selama ini harus tetap dijaga. Untuk mendukung berjalannya bursa sapi yang direncanakan oleh kelompok, anggota kelompok hendaknya menghindari perilaku negatif seperti menggolonggong sapi dan mempermainkan timbangan dengan harapan mendapat berat yang lebih tinggi. Disamping itu kelompok hendaknya membuat perencanaan produksi dan

pemasaran sehingga dapat menghasilkan sapi potong yang berkualitas secara kontinyu. Untuk menjaga kepercayaan anggota terhadap kelompok, maka kelompok tetap dikelola secara profesional, jujur, dan transparan, sehingga dirasakan bermanfaat bagi anggotanya. Pemerintah hendaknya memberikan dukungan kepada kelompok misalnya berupa bantuan fasilitas seperti timbangan sapi dan memberikan pendampingan. Di samping itu pemerintah juga harus menindaklanjuti kecurigaan peternak mengenai adanya indikasi permainan timbangan di pasar hewan yang sangat merugikan bagi peternak.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Rektor Universitas Udayana, melalui Ketua LPPM dan Kepala Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah memberikan dukungan dana untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Kepala Desa Puhu dan Ketua Kelompok Peternak sapi "Mekar Jaya" yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budaarsa, K. 2012. Penulisan Artikel Ilmiah Pada Jurnal Udayana Mengabdikan. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Udayana. Bahan Pelatihan Penulisan Artikel Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat LPPM Unud, 31 Oktober 2012. Jimbaran.
- Jagra, I B. 2001. Judging dan Seleksi Sapi Bali Daging. Lab Ilmu Ternak Potong & Kerja. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Sukanata, I W., Suciani, I G.N. Kayana, I W. Budiarta. 2009. Strategi Peningkatan Produksi Sapi Potong di Provinsi Bali dalam Menunjang Swasembada Daging Nasional. Laporan Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar.
- Sukanata, I W., Suciani, I G.N. Kayana, I W. Budiarta. 2010. Kajian Kritis terhadap Penerapan Kebijakan Kuota Perdagangan dan Efisiensi Pemasaran Sapi Potong Antar Pulau. Laporan Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar.
- Patrick I.W., G.R. Marshall, I G.A.A. Ambarawaty, dan M Abdurahman. 2010. Social Capital and Cattle Marketing Chains in Bali and Lombok, Indonesia. ACIAR Technical Report. Canberra.