

## **ANALISIS MARGIN PADA PELAKU PASAR DAGING SAPI SAAT PANDEMI COVID-19 DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Fahmi Arsyad**  
**15/383751/PT/07024**

### **INTISARI**

Diterapkannya aturan *physical distancing*, akibat dari terjadinya pandemi yang terjadi di Indonesia tentunya akan berpengaruh terhadap beberapa aspek. Salah satunya yaitu pola konsumsi, khususnya konsumsi daging sapi. Tujuan dari penelitian ini untuk memetakan jaringan distribusi pasokan daging sapi, menganalisis margin tiap pelaku usaha sebelum dan sesudah pandemi, dan menganalisis biaya transaksi, nilai tambah dan efisiensi saluran pemasaran. Penentuan lokasi penelitian didasarkan dengan pertimbangan kemudahan pengambilan data. Penelitian dilakukan dengan metode survey dengan cara observasi langsung dan wawancara. Responden adalah para pelaku usaha daging sapi setiap rantai pasok yang berasal dari jagal, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Pemetaan dan distribusi daging sapi di wilayah DIY menggunakan metode *Value Stream Mapping* (VSM). Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin pemasaran dan nilai tambah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi daging sapi di tiga saluran yang berbeda memerlukan perantara dalam penyampaian produk. Margin paling tinggi adalah pedagang besar aliran Jagal III di Kabupaten Sleman sebelum pandemi sebesar Rp. 37.509,82 (64,67%) per kilogram daging. Selisih margin terbesar sebelum dan sesudah pandemi ada pada aliran jagal II di pedagang pengecer sebesar Rp 228,19 /kg (0,73%). Nilai tambah pada saluran I sebesar Rp 29.585 atau 26% dari total nilai output untuk pedagang besar dan Rp 9.350 atau 8% dari total nilai output untuk pedagang pengecer. Nilai tambah saluran II sebesar Rp 17.855,2 atau 17% dari nilai output untuk jagal, Rp 4.936,5 atau 4,49% dari nilai output untuk pedagang besar, dan Rp 4.722,2 atau 4,11% dari biaya output untuk pedagang pengecer. Nilai tambah saluran III sebesar Rp 37.797,8 atau 30,24% dari nilai output untuk pedagang besar, dan Rp 15.600 atau 10,76% dari nilai output untuk pedagang pengecer. Distribusi daging sapi di tiga saluran yang berbeda, merupakan jenis saluran satu tingkat yaitu saluran yang memiliki perantara untuk mendistribusikan daging sapi ke konsumen. Data nilai margin keuntungan pada saat pandemi mengalami penurunan jika dibandingkan dengan sebelum pandemi. Terdapat nilai tambah yang dihasilkan dari proses distribusi daging sapi.

(Kata kunci : Daging Sapi, Margin, Aliran Distribusi, Nilai Tambah)

## **MARGIN ANALYSIS ON BEEF MARKET BUSINESSMAN DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

**Fahmi Arsyad**  
**15/383751/PT/07024**

### **ABSTRACT**

The implementation of physical distancing as a result of the pandemic that occurred in Indonesia has certainly affect several aspects. One of which is the pattern of consumption, especially beef consumption. The purpose of this research was to mapping the beef supply chain network, analyzing the profit margins of each business actor before and after pandemic, and analyze transaction costs, value added and efficiency of marketing channels. The determination of the research location based on consideration of the ease of data retrieval. The study was conducted by survey method by direct observation and interviews. Respondents are beef business operators in every supply chain from butchers, wholesalers, and retailers. Mapping and distribution of beef in the Special Region of Yogyakarta use the value stream mapping (VSM) method. Qualitative analysis is uses to analyze market margins, and value added. The results showed that the distribution of beef in three different channels used a one-level type of channel, where these channels require intermediaries in the delivery of products. The highest margins were generated by large traders in the butcher's flow III before the pandemic with a profit margin was about Rp 37.509,82 (64,67%) per kilogram. The highest difference in margin before and after the pandemic was in the flow III at retailers for Rp 228,19 /kg (0,73%). The added value in the flow I is Rp 29.585 or 26% of the total value of output for large traders and Rp 9.350 or 8% of the total value of output for retailers. The added value in the flow II is Rp 17.855,2 or 17% of the total value of output for the butcher, and Rp 4.936,5 or 4,49% of the total value of output for large traders and Rp 4.722,2 or ,11% of the total value of output for the retailers. The added value of the flow III is Rp 37.797,8 or 30,24% of the total value of output for big traders and Rp 15.600 or 10,76% of the total value of output for the retailers. Meat distribution in three different stream, was a one-level channel type that has an intermediary to distributed beef to consumers. Value of profit margin during pandemic has decreased when compared to before the pandemic . There is added value generated from the beef distribution process..

(Keyword : Beef, Margin, Distribution, Value Added)