

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang peternakan merupakan salah satu subsektor ekonomi di bidang pertanian yang memberikan banyak manfaat untuk memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu usaha peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu usaha sapi potong. Sapi potong merupakan salah satu ternak yang produksi utamanya adalah daging, tulang, dan kulit (Aiba dkk, 2018). Sapi potong merupakan komoditas ternak yang potensial dikembangkan di Indonesia. Hal ini dikarenakan iklim di Indonesia yang tropis sangat mendukung perkembangan usaha ternak. Bisnis hewan ternak apabila dilakukan dengan giat dapat meningkatkan taraf hidup khususnya pada peternak dan umumnya pada masyarakat. Usaha sapi potong dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ketahun akan mengalami peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Semakin bertambahnya jumlah penduduk serta pertumbuhan ekonomi di Indonesia maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi (Astati, dkk 2016).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi protein hewani semakin mendukung naiknya permintaan terhadap daging hewan ternak. Produksi daging sapi di Provinsi Lampung sebesar 14.328,27 ton, Sulawesi Selatan 15.994,36 ton, Sumatera Barat 21.431,69 ton, Jawa Tengah 55.835,19 ton, Jawa Barat 64.425,18, dan Jawa Timur 93.303,43 ton (BPS, 2021). Data tersebut menunjukkan bahwa permintaan masyarakat terhadap daging sapi sangat tinggi. Sapi merupakan salah satu komoditas utama peternakan di Indonesia. Lampung sebagai salah satu kota yang masyarakatnya merupakan peminat daging sapi tertinggi di Indonesia.

Distribusi merupakan perpindahan suatu barang dari produsen melalui jalur perantara hingga sampai ke tangan konsumen atau pemakai akhir dalam distribusi. Ada dua sisi yang berperan penting dalam hal distribusi yaitu produsen

dan konsumen. Produsen sebagai sisi prinsipal atau pemilik dari produk yang didistribusikan berperan agar suatu produk dapat tersebar secara merata. Titik sementara pada sisi konsumen adalah bagaimana mereka sebagai pemakai produk dapat memperoleh produk tersebut dengan mudah dan titik kedua dari sisi tersebut bertemu pada titik faktor kedekatan dan kemudahan (Suryanto, 2016).

Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera (KPT MS) didirikan sejak tahun 2014. KPT Maju Sejahtera merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang usaha pengembangan sapi dengan skema bagi hasil, pengadaan sapi, melakukan perdagangan atau penjualan bakalan sapi, pinjaman sapi serta penjualan produk turunan sapi seperti abon sapi, bakso sapi, serundeng dll, serta penjualan termasuk pupuk organik padat. KPT Maju Sejahtera beralamat di Desa Wawasan, Kecamatan Tanjung Sari, Kabupaten Lampung Selatan. Jenis sapi unggul dan lokal yang dibudidayakan dan didistribusikan oleh KPT Maju Sejahtera di antaranya sapi Peranakan Ongole (PO), Brahman, Limousin, dan Simmental. Data pendistribusian sapi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pendistribusian sapi potong pada KPT Maju Sejahtera

Distribusi Sapi Potong		
Tahun	Bulan	Jumlah (Ekor)
2021	Mei	14
	Juni	267
	Juli	47
	Agustus	11
	September	0
	Oktober	1
	November	21
	Desember	13
Total		374
Distribusi Sapi Potong		
Tahun	Bulan	Jumlah (Ekor)
2022	Januari	16
	Februari	4
	Maret	9
	April	41
	Mei	0
	Juni	109
Total		179

Sumber: KPT Maju Sejahtera, 2022

Berdasarkan Tabel 1 pendistribusian sapi potong pada pertengahan bulan Mei 2021 sampai Juni 2022, penjualan sapi terbanyak yaitu pada bulan Juni 2021 dengan penjualan 267 sapi. Pendistribusian sapi potong pada KPT Maju Sejahtera paling banyak dilakukan pada setiap bulan Juni 2021 dan 2022 dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya disebabkan permintaan pasar menjelang Hari Raya Idul Adha atau persiapan Hari Raya Kurban pada bulan Juli.

Distribusi sapi potong pada KPT Maju Sejahtera belum sepenuhnya memenuhi harapan dan tujuan yang diinginkan oleh KPT Maju Sejahtera. Pada proses distribusi sapi potong masih mengalami kendala atau permasalahan dan perlu penanganan khusus dalam distribusi. Permasalahan yang dihadapi yaitu sapi mengalami luka, sakit serta stres saat diperjalanan akibat, bahkan apabila sapi yang didistribusikan mati maka KPT Maju Sejahtera harus menggantinya dengan sapi yang baru. Persentase kendala pada distribusi sapi sampai tujuan dalam keadaan sehat dan tidak sehat dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persentase kendala distribusi sapi potong pada KPT Maju Sejahtera

Distribusi Sapi Potong				
Tahun	Bulan	Jumlah (Ekor)	Persentase (%)	
			Luka	Mati
2021	Mei	14	0	14,3
	Juni	267	1,5	1,1
	Juli	47	0	4,2
	Agustus	11	0	0
	September	0	0	0
	Oktober	1	0	0
	November	21	0	0
	Desember	13	0	0
	Total		374	1,5
Distribusi Sapi Potong				
Tahun	Bulan	Jumlah (Ekor)	Persentase (%)	
			Luka	Mati
2022	Januari	16	0	0
	Februari	4	0	0
	Maret	9	0	0
	April	41	2,43	0
	Mei	0	0	0
	Juni	109	2,75	0
	Total		179	5,18

Sumber: KPT Maju Sejahtera, 2022

Berdasarkan Tabel 2 pendistribusian sapi potong pada Mei sampai Desember 2021 sebanyak 374 sapi dengan persentase sapi luka sebesar 1,5% dan persentase sapi mati sebesar 19,6%. Pada pendistribusian sapi potong bulan Januari sampai Juni 2022 sebanyak 179 sapi dengan persentase sapi luka sebesar 5,18% dan persentase sapi mati 0%. Sapi potong yang mengalami luka hingga kematian dalam proses distribusi disebabkan dalam perjalanan sapi saling berbenturan satu sama lain akibat guncangan pada kondisi jalan yang buruk. Jarak lokasi tujuan, kondisi transportasi, waktu dan lamanya distribusi juga menjadi penyebab kendala pada pendistribusian. Sapi yang mengalami stres akan mudah sakit karena nafsu makan berkurang setelah proses distribusi dan apabila belum dapat beradaptasi dengan lingkungan baru dapat memicu kematian saat sampai di lokasi tujuan. Pada kasus sapi yang luka parah dan sapi mati maka KPT Maju Sejahtera harus mengganti dengan sapi yang baru dan apabila konsumen tidak ingin diganti dengan sapi baru maka akan diganti dengan sejumlah uang yang telah dibayarkan oleh konsumen.

Masalah tersebut apabila dibiarkan dapat merugikan KPT Maju Sejahtera. Hal tersebut yang melatarbelakangi perlunya mengidentifikasi pola saluran distribusi dan menganalisis penerapan fungsi-fungsi saluran distribusi sapi potong. Identifikasi pola saluran distribusi dilakukan untuk mengetahui penggunaan pola saluran distribusi pada KPT Maju Sejahtera. Analisis fungsi-fungsi distribusi dilakukan untuk mengetahui resiko dan penyebab luka pada sapi dalam proses distribusi, sehingga penulis mengambil judul “Pendistribusian Sapi potong pada KPT Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari”.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir adalah:

1. Mengidentifikasi pola saluran distribusi sapi potong pada Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari.
2. Menganalisis penerapan fungsi-fungsi saluran distribusi sapi potong pada Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari.

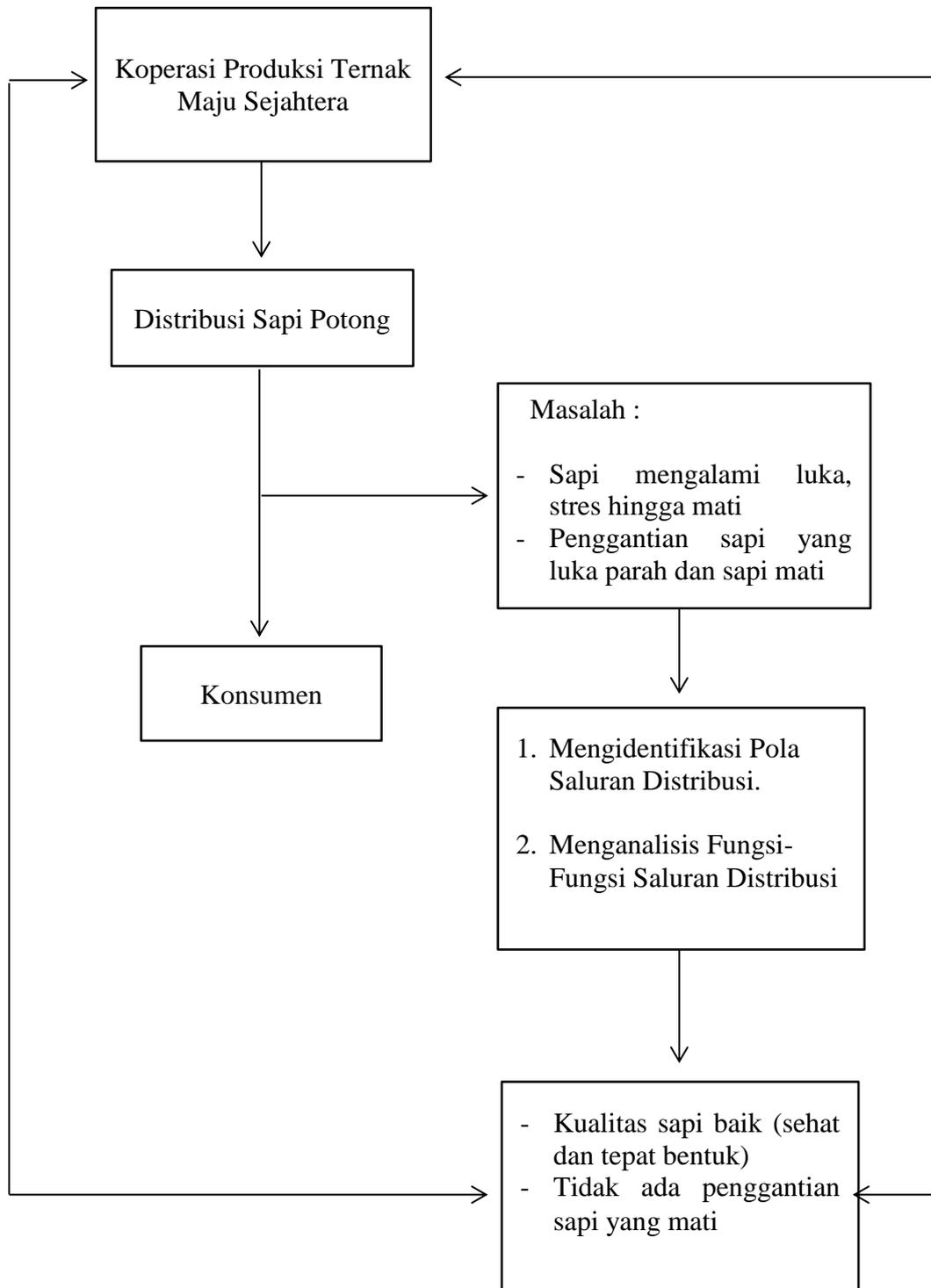
1.3 Kerangka Pemikiran

Koperasi Produksi Ternak (KPT) Maju Sejahtera merupakan salah satu koperasi peternakan yang ada di Provinsi Lampung, berlokasi di Desa Wawasan, Kecamatan Tanjung Sari, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. KPT Maju Sejahtera didirikan pada tahun 2014 yang diketuai oleh Bapak Suhadi, koperasi ini merupakan gabungan dari beberapa kelompok ternak sekitar. Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera terbentuk dari hasil musyawarah Program Klaster Bank Indonesia bersama Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan dan Dinas UMKM Kabupaten Lampung Selatan. KPT Maju Sejahtera merupakan koperasi usaha pengembangan sapi, kegiatan lain dari koperasi ini ialah memproduksi serta mendistribusikan sapi yang dikembangkan. Jenis sapi yang dibudidayakan pada KPT Maju Sejahtera yaitu Sapi Peranakan Ongole (PO), Brahman, Limousin, Simmental, dan Brangus. Pendistribusian sapi dilakukan di daerah Lampung dan di luar daerah Lampung.

Pendistribusian sapi potong di luar daerah Lampung dilakukan di daerah Jakarta, Bangka Belitung, Palembang, daerah Pulau Jawa, dan beberapa daerah yang ada di Indonesia. Distribusi sapi potong yang dilakukan oleh KPT Maju Sejahtera belum sepenuhnya memenuhi harapan dan tujuan yang diinginkan oleh KPT maju sejahtera. Pada proses distribusi sapi potong tidak jarang sapi yang didistribusikan mengalami luka, sakit hingga stress bahkan pada distribusinya terdapat sapi yang mati. Hal ini disebabkan terbenturnya antara satu sapi dengan sapi lain dalam truk, jarak lokasi tujuan, kondisi transportasi, waktu dan lamanya distribusi juga menjadi penyebab kendala pada pendistribusian. Benturan terjadi diakibatkan adanya guncangan yang dialami sapi-sapi selama proses distribusi. Persentase sapi yang mati pada Mei 2021 hingga Juni 2022 sebesar 19,6% dan sapi luka sebesar 6,68% dengan penggantian sapi sebanyak 7 sapi.

Berdasarkan masalah yang terjadi dalam kegiatan distribusi sapi potong pada KPT Maju Sejahtera, maka diperlukan mengidentifikasi pola saluran distribusi sapi potong serta menganalisis penerapan fungsi-fungsi saluran distribusi sapi potong pada KPT Maju Sejahtera. Identifikasi pola saluran distribusi digunakan untuk mengetahui penggunaan pola saluran distribusi di KPT Maju Sejahtera. Analisis fungsi-fungsi saluran distribusi digunakan untuk

mengetahui resiko ketersediaan sapi pada permintaan sapi potong dalam proses distribusi. Kerangka pemikiran “Pendistribusian Sapi Potong pada KPT Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari” dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran “Pendistribusian sapi potong pada KPT Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari”.

1.4 Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan pemahaman, kontribusi, dan pengetahuan tentang pola dan fungsi saluran distribusi sapi yaitu :

1. Politeknik Negeri Lampung

Laporan Tugas Akhir dengan judul “Pendistribusian Sapi Potong pada Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari” diharapkan mampu menjadi tambahan sumber literatur, agar memudahkan pembaca dalam penyusunan tugas akhir dan mampu menambah referensi.

2. Pembaca

Laporan Tugas Akhir dengan judul “Pendistribusian Sapi Potong pada Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari” diharapkan memberikan pengetahuan dan referensi bagi pembaca.

3. Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera

Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai “Pendistribusian Sapi Potong pada Koperasi Produksi Ternak Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Saluran Distribusi

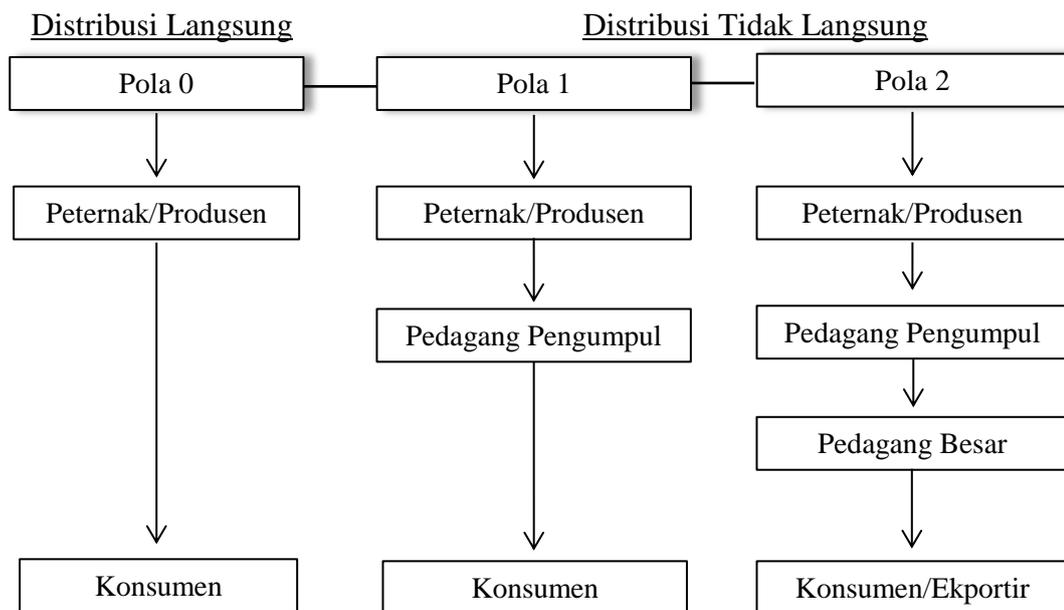
Saluran distribusi merupakan sarana perpindahan suatu barang dari produsen melalui jalur perantara hingga sampai ke tangan konsumen atau pemakai akhir. Saluran distribusi memiliki dua sisi yang berperan penting yaitu produsen dan konsumen. Titik produsen sebagai sisi prinsipal atau pemilik produk yang berperan supaya suatu produk dapat tersebar secara merata. Sementara pada sisi konsumen adalah bagaimana mereka sebagai pemakai produk dapat memperoleh produk tersebut dengan mudah. Kedua sisi tersebut akan bertemu pada titik faktor kedekatan dan kemudahan (Suryanto, 2016). Keterkaitan antara produsen dan konsumen tidak akan terlepas dari kegiatan yang disebut distribusi. Barang yang dihasilkan oleh produsen akan bermanfaat dan mempunyai nilai ekonomis apabila dapat sampai ke konsumen dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat (Hikmah dan Nurchayati, 2014).

Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor yang dapat menyalurkan produk tersebut kepada pedagang menengah, selanjutnya akan diteruskan kepada pedagang pengecer dan menyalurkan kepada konsumen akhir. Perusahaan juga dapat langsung menjual produknya kepada konsumen akhir yaitu pada kondisi-kondisi tertentu saja. Berikut ini merupakan beberapa unsur penting dalam saluran distribusi (Solihatun, 2019) yaitu:

1. Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih.
2. Saluran distribusi mengalihkan kepemilikan produk baik secara langsung maupun tidak langsung dan produsen kepada konsumen.
3. Saluran distribusi bertujuan untuk mencapai pasar tertentu sehingga pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan.
4. Saluran distribusi merupakan satu kesatuan dalam melaksanakan sistem kegiatan atau fungsi yang lengkap dalam menyalurkan produk.

2.1.1 Pola saluran distribusi

Pola saluran distribusi berlangsung secara alami, pola ini banyak dilakukan oleh peternak yang ingin berusaha sendiri memasarkan produknya. Peternak dapat menjual langsung ke konsumen, pedagang besar atau pasar-pasar yang telah ada (Annisa, 2021). Terdapat pola distribusi langsung dan distribusi tidak langsung, beberapa pola distribusi yang digunakan peternak dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pola Distribusi Ternak Sapi Potong
Sumber: Rahardi dan Hartono 2003

2.1.2 Faktor yang memengaruhi pemilihan saluran distribusi

Produsen harus memperkirakan faktor-faktor yang dapat berpengaruh dalam kegiatan pemilihan saluran distribusi. Pemilihan saluran distribusi yang efektif dan efisien dapat mendorong peningkatan penjualan sesuai dengan harapan produsen (Solihatun, 2019). Faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan saluran distribusi yaitu sebagai berikut:

1. Pertimbangan pasar (*Market Consideration*)

Saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka dari itu keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran tersebut. Beberapa faktor pasar yang harus diperhatikan adalah konsumen atau pasar industri, jumlah pembeli potensial, konsentrasi pasar secara geografis, jumlah pesanan dan kebiasaan dalam pembelian.

a. Konsumen atau pasar industri

Pasar industri mengakibatkan pedagang pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasar berupa pasar industri dan konsumen maka perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

b. Jumlah pembeli potensial

Jumlah konsumen yang relatif lebih kecil dalam pasarnya akan membuat perusahaan melakukan pemasaran secara langsung kepada konsumen atau pemakai akhir.

c. Konsentrasi pasar secara geografis

Pasar secara geografis dapat dibagi dalam beberapa konsentrasi misalnya industri kertas, industri tekstil dan lain sebagainya. Daerah konsentrasi yang memiliki kepadatan tinggi, maka perusahaan dapat menggunakan saluran distributor industri.

d. Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan memengaruhi terhadap saluran yang dipakainya. Apabila volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak terlalu besar maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

e. Kebiasaan dalam pembelian

Pembeli yang mempunyai kebiasaan membeli dari konsumen akhir sangat berpengaruh pula terhadap kebijakan perusahaan dalam penyaluran. Termasuk dalam kebiasaan pembeli berdasarkan kemampuan untuk membelanjakan uang, tertariknya pada pembeli dengan kredit, lebih senang melakukan pembelian yang tidak berkali-kali serta tertarik pada pelayanan penjual.

2. Pertimbangan barang

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan barang yaitu:

a. Nilai unit

Nilai barang apabila dari suatu unit yang dijual relatif rendah, maka perusahaan cenderung menggunakan saluran distribusi yang panjang. Namun apabila nilai unitnya relatif tinggi Maka saluran distribusi pendek atau langsung.

b. Besar dan berat barang

Perusahaan harus mempertimbangkan biaya angkut yang berhubungan dengan nilai barang secara keseluruhan, di mana besar dan berat barang sangat diperhitungkan. Apabila biaya angkut lebih besar dari barang tersebut akan mengakibatkan beban yang berat bagi perusahaan sehingga sebagian beban biaya dapat dialihkan kepada perantara atau pembeli.

c. Mudah rusaknya barang

Barang yang dijual mudah rusak akan membuat perusahaan tidak perlu menggunakan perantara, apabila ingin menggunakan perantara maka yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.

d. Sifat teknis

Jenis barang yang industri misalnya instalasi biasanya disalurkan secara langsung kepada pemakai industri. Dalam hal ini perusahaan harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan berbagai masalah teknis penggunaan dan pemeliharannya.

e. Barang standar dan pesanan

Barang yang dijual berupa barang standar, maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur. Apabila barang dijual berdasarkan pesanan, maka penyalur tidak perlu memelihara persediaan.

f. Luasnya *product line*

Perusahaan yang membuat suatu barang jasa, maka penggunaan pedagang besar sebagai penyalur adalah keputusan yang tepat. Namun apabila jenis barangnya banyak, maka perusahaan dapat menjual langsung kepada pedagang pengecer.

3. Pertimbangan perusahaan

Perusahaan memiliki beberapa faktor yang harus dipertimbangkan yaitu sumber pembelanjaan, pengalaman dan kemampuan manajemen, pengawasan saluran dan pelayanan yang diberikan oleh penjual.

a. Pengalaman dan kemampuan manajemen

Perusahaan apabila ingin menjual barang baru atau ingin memasuki besaran baru lebih baik menggunakan perantara. Karena perantara lebih memiliki pengalaman, sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.

b. Pengawasan saluran

Pengawasan saluran terkadang menjadi pusat perhatian produsen dalam kebijaksanaan saluran distribusinya pengawasan akan lebih mudah dilakukan apabila saluran distribusinya pendek, sehingga perusahaan yang ingin mengawasi penyaluran produknya akan cenderung memilih saluran yang pendek.

c. Pelayanan yang dilakukan oleh penjual

Produsen yang ingin melakukan pelayanan yang lebih baik, contohnya membangun ruang peraga, Maka akan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya.

4. Pertimbangan perantara

Faktor yang perlu dipertimbangkan dari segi perantara antara lain:

a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Perantara yang ingin memberikan pelayanan baik, contohnya dengan memberikan fasilitas penyimpanan pada produk maka produsen akan bersedia menggunakannya sebagai penyalur.

b. Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan dari penyalur apabila perantara mampu membawa barang produsen dalam persaingan dan mampu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru.

c. Sikap perantara terhadap kebijakan produsen

Perantara yang bersedia menerima risiko yang dibebankan oleh produsen contohnya risiko turunnya harga, maka produsen memilihnya sebagai penyalur Hal ini dapat meringankan tanggung jawab produsen dalam menghadapi berbagai macam risiko.

d. Volume penjualan

Produsen yang cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu lama.

e. Ongkos

Biaya yang digunakan dalam penyaluran barang akan lebih ringan jika menggunakan perantara atau pengecer, maka hal tersebut dapat dilaksanakan secara terus-menerus.

2.2 Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi

Fungsi saluran distribusi yaitu sebagai pekerjaan atau jabatan yang dilaksanakan menyangkut tindakan atau kegiatan perilaku anggota saluran distribusi dalam memindahkan barang dari produsen ke konsumen sehingga menciptakan kegunaan produk tersebut bagi konsumen (Suwarno, 2006). Fungsi utama yang dilakukan oleh anggota saluran distribusi adalah informasi, promosi, pemilikan fisik, pembayaran dan hak milik (Solihatun, 2019).

1. Informasi

Informasi sangat diperlukan dalam penyaluran barang atau jasa karena dapat mempermudah menentukan sumber kebutuhan. Informasi yang diperlukan biasanya berupa informasi mengenai pelanggan, pesaing dan pemasok.

a. Informasi pelanggan

Informasi yang dibutuhkan mengenai pelanggan berupa informasi terkait kebutuhan, keinginan, permintaan pelanggan, dan informasi lainnya. Informasi pelanggan dapat diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan sumber informasi lainnya.

b. Informasi pesaing

Informasi yang dibutuhkan mengenai pesaing yaitu terkait dengan jumlah pesaing dan strategi pemasaran pesaing beserta harga dan kualitas.

c. Informasi pemasok

Informasi pemasok menjadi sangat penting karena pemasok menyediakan sumber daya yang diperlukan bagi perusahaan.

2. Promosi

Promosi adalah sebuah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi merupakan pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif yang dirancang untuk menarik pelanggan pada penawaran tersebut. Bentuk-bentuk promosi yang dapat digunakan pada saluran distribusi dapat berupa kupon, sampel ataupun tawaran atas sejumlah produk atau jasa, paket harga atau hadiah (Annisa, 2021).

3. Negosiasi

Fungsi negosiasi dalam saluran distribusi berhubungan dengan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal-hal lain yang berhubungan dengan penawaran, sehingga calon pembeli tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan negosiasi biasanya dimulai dari harga beserta syarat yang telah ditetapkan melalui kegiatan tawar-menawar dengan pihak lain atau berupa kesepakatan jangka panjang yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

4. Pemesanan

Pemesanan merupakan komunikasi saluran distribusi mengenai minat pembeli kepada anggota saluran pemasaran ke produsen. Anggota saluran distribusi dalam fungsi pemasaran akan memproses kebutuhan dari konsumen dan mengirimkan informasi kepada pemasok melalui sistem informasi logistik.

5. Pembiayaan

Fungsi pembiayaan merupakan perolehan dan pengalokasian dana guna membiayai persediaan pada berbagai tingkat saluran distribusi.

6. Pengambilan Risiko

Anggota saluran distribusi akan mengambil beberapa resiko yang berhubungan dengan pendistribusian produk dari perusahaan sampai ke konsumen akhir. Beberapa resiko yang biasanya ditanggung oleh anggota distribusi yaitu pemrosesan pemesanan, tempat penyimpanan persediaan, banyaknya persediaan yang disimpan serta pengiriman barang kepada pelanggan.

7. Pemilikan fisik

Pada saluran distribusi anggota akan melakukan kesinambungan terkait penyimpanan dan pergerakan produk fisik sampai ke pemakai akhir. Fungsi pemilikan fisik yang dilakukan berkaitan dengan penyimpanan produk dan transportasi. Fungsi penyimpanan menciptakan kegunaan waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dan permintaan. Pada saluran distribusi juga memperhatikan keputusan pengangkutan karena dapat memengaruhi harga produk, pengiriman yang tepat waktu dan kondisi barang saat tiba di tujuan, hal tersebut akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan (Annisa, 2021). Saluran

distribusi biasanya memiliki suatu modal transportasi berdasarkan beberapa kriteria antara lain biaya, waktu transit, kemampuan, jangkauan dan penelusuran.

8. Pembayaran

Pembayaran merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan kepada penjual atas jasa atau produk yang telah diserahkan. Fungsi pembayaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu cara *cash payment* dan kredit.

9. Hak milik

Fungsi yang terakhir pada saluran distribusi yaitu fungsi hak milik. Hak milik merupakan transfer kepemilikan sebenarnya dari suatu organisasi atau orang ke organisasi atau orang yang lain. Fungsi kepemilikan merupakan fungsi yang paling penting karena fungsi tersebut yang dapat menentukan apakah barang sudah sampai ke konsumen akhir atau belum.

2.3 Sapi Potong

Sapi potong merupakan salah satu hewan ternak yang dipelihara dengan tujuan untuk menghasilkan daging yang dapat dikonsumsi oleh manusia. Sapi potong biasanya disebut sebagai sapi tipe pedaging. Sapi potong yang dipelihara oleh peternak di Indonesia amat beragam jenisnya. Terdapat 4 bangsa sapi golongan utama yaitu bangsa Eropa (*Bos Taurus*), bangsa India (*Bos Indicus*), bangsa yang dikembangkan Amerika Serikat, dan bangsa eksotik seperti bangsa kelompok *Bos Sondaicus*. Pemilihan bangsa sapi untuk tujuan produksi dipengaruhi oleh kesukaan peternak, keadaan lingkungan, kemampuan adaptasi, efisiensi produksi, memiliki kemampuan memelihara dan menyusui anak, ukuran badan, penambahan bobot badan, dan sifat-sifat lain yang cocok dengan keinginan peternak yang bersangkutan (Noviadi dan Sofiana, 2018).

Kelompok bangsa sapi yang ada di Indonesia saat ini adalah kelompok *Bos Indicus* yaitu sapi-sapi yang memiliki punuk seperti sapi dari golongan Zebu, kelompok *Bos Taurus* yaitu sapi-sapi yang umum dijumpai dan berasal dari bangsa sapi Eropa yang tidak memiliki punuk, dan kelompok terakhir adalah kelompok *Bos Sondaicus* atau Bos banteng yang berasal dari Pulau Jawa.

Ternak sapi potong merupakan ternak dimana produk utamanya adalah menghasilkan daging (Noviadi & Sofiana, 2018). Beberapa bangsa sapi potong adalah sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| a. Sapi Ongole | f. Sapi Charolais |
| b. Sapi Peranakan Ongole (PO) | g. Sapi Limousin |
| c. Sapi Bali | h. Sapi Simmental |
| d. Sapi Madura | i. Sapi Angus |
| e. Sapi Brahman | |

2.4 Kajian Terdahulu

Kajian Solihatun (2019) yang berjudul “Pola dan Fungsi Saluran Distribusi Buah Naga Pada UD Sabila Farm Yogyakarta” bertujuan untuk menganalisis pola saluran distribusi buah naga yang diterapkan UD Sabila Farm hingga sampai pada konsumen, menjelaskan fungsi-fungsi saluran distribusi yang ada pada UD Sabila Farm Yogyakarta. Kajian ini menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil pengumpulan data berdasarkan observasi dan wawancara yang dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif berupa data perbandingan distribusi buah naga.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam kajian ini, dapat disimpulkan bahwa pola dan fungsi saluran distribusi yang digunakan UD Sabila Farm adalah pola saluran distribusi secara langsung ke konsumen dan tidak langsung melalui distributor. Penerapan fungsi-fungsi saluran distribusi meliputi informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan resiko, pemilikan fisik pembayaran dan hak milik.

Persamaan kajian terdahulu ini dengan penulis yaitu sama-sama mempunyai tujuan untuk mengetahui pola saluran distribusi dan fungsi-fungsi saluran distribusi yang diterapkan pada perusahaan, sedangkan perbedaan kajian ini dengan penulis yaitu penulis tidak menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan melakukan perbandingan serta perbedaan pada komoditas.