

## BAB II

### TINJAUAN UMUM PEKANBARU DAN PELAZA TERNAK

#### A. Tinjauan Umum Pekanbaru

##### 1. Letak dan Luas

Kota Pekanbaru terletak 101° 14'-101° 34' bujur timur dan 0° 25'-0° 45' Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5-50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5-11 meter.

Berdasarkan peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari ±62,96 km<sup>2</sup> menjadi ± 446,50 km<sup>2</sup>, terdiri dari 8 kecamatan dan 45 kelurahan/ desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 632,26 km<sup>2</sup>.

##### 2. Batas

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah kabupaten/Kota :

Sebelah Utara : Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar

Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan

Sebelah Timur : Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan

Sebelah Barat : Kabupaten Kampar<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Pekanbaru go.id, "Portal Resmi Pemerintah Kota Pekanbaru Provinsi Riau", artikel diakses pada 31 Mei 2015 dari <http://www.Pekanbaru.go.id/wilayah-geografis/>.

Tingginya mobilitas dan pertumbuhan di Pekanbaru menuju Kota metropolitan belakangan tahun ini berlangsung sangat cepat. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Pekanbaru mencatat perkembangan. Jumlah penduduk Pekanbaru sangat tinggi. Data Disdukcapil pada akhir 31 Desember 2013, tercatat jumlah penduduk mencapai 975.304 jiwa. Namun baru pada 21 Agustus 2014, jumlah penduduk berkembang menjadi 1.021.710 jiwa.<sup>2</sup>

**Tabel. 2.1**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin**

No.	Rentang usia (Tahun)	2009		2010		2011	
		Laki-laki	Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki	Perempuan
1	0-14	122,786	118,828	136,089	127,198	234,606	329,166
2	15-55	256,641	254,919	293,215	286,758	223,086	125,021
3	56 +	24,473	25,141	27,082	27,426	19,459	6,601
<b>Jumlah</b>		<b>403,900</b>	<b>398,888</b>	<b>456,386</b>	<b>441,382</b>	<b>477,151</b>	<b>460,788</b>

Tabel ini mengindikasikan bahwa penduduk umur produktif pada tahun 2009 merupakan komposisi terbesar yakni 63,72%, dibandingkan penduduk yang termasuk kelompok tidak produktif lagi sebesar 6,18%, dan belum produktif 30,10%. Pada tahun 2010 terjadi peningkatan kelompok umur produktif sebesar 0,88% menjadi 64,60%. Persentase penduduk kelompok umur tidak produktif turun menjadi 6,07%. Peningkatan penduduk umur produktif ini menambah jumlah angkatan kerja di Kota Pekanbaru. Namun pada tahun 2011

---

<sup>2</sup> Riau Terkini, "Portalnya Berita Riau", artikel diakses pada 31 Mei 2015 dari <http://www.Riauterkini.com/social>.

umur produktif menurun menjadi 37,11%. Sebaliknya terjadi peningkatan yang signifikan pada umur belum produktif.

**Tabel. 2.2**  
**Komposisi Penduduk Berdasarkan Agama (Persen)**

No.	Agama	2009	2010	2011
1	Islam	90.00	84.8	NA
2	Katolik	2.30	1.25	
3	Hindu	0.30	0.00	
4	Budha	3.10	3.46	
5	Konghucu	0.00	0.00	
6	Aliran Kepercayaan	0.10	0.89	
7	Kristen	4.20	9.6	

Sampai sejauh ini di Pekanbaru tidak terdapat konflik besar di dalam masyarakat yang berawal dari masalah etnis ataupun agama. Di sinilah peran pemerintah daerah, penegak hukum, tokoh masyarakat dan agama dituntut untuk memberikan bimbingan dan pemahaman pada masyarakat dalam bertoleransi dan memperkokoh persatuan.

**Tabel. 2.3**  
**Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian**

<b>No.</b>	<b>Bidang Pekerjaan</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
1	Pertanian	4.10	4.15	4.73
2	Industri	7.24	7.25	6.56
3	Konstruksi	10.32	10.32	9.60
4	Perdagangan	35.75	35.74	40.25
5	Transportasi, pergudangan dan komunikasi	5.37	5.39	5.48
6	Keuangan	3.99	5.14	5.97
7	Jasa Kemasyarakatan	31.21	31.2	26.02
8	Lainya	2.02	0.81	1.40

Sektor perdagangan menyerap tenaga kerja terbesar berkisar antara 35,74% sampai dengan 40.25% pada tahun 2009 hingga tahun 2011. Angka ini berkorelasi dengan perkembangan kota Pekanbaru sebagai kota besar yang mempunyai salah satu visi menjadi pusat perdagangan dan jasa.

**Tabel. 2.4**  
**Jumlah Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pengangguran	Jumlah		
	2009	2010	2011
Tidak tamat SD	0	0	0
SD/Mi	20	158	8
SMP/MTs	75	52	15
SMA/SMK/MA	10,903	7,315	2,656
Diploma	5,897	3,546	987
Universitas	7,429	4,993	1,160

Jumlah pengangguran terbesar di kota Pekanbaru adalah pada kelompok SLTA. Tingginya angka ini sejalan dengan jumlah penduduk yang mendaftar pencari tenaga kerja adalah tamatan SLTA. Sebagian besar tamatan SLTA mencari pekerjaan dibandingkan melanjutkan ke Perguruan tinggi.

**Tabel. 2.5**  
**Prasarana Fisik (Rumah Ibadah, Sekolah, Sarana Kesehatan, Sarana Jalan)**

No.	Tempat Ibadah	2009	2010	2011
1	Mesjid	579	588	588
2	Gereja	66	92	87
3	Pura	1	9	9
4	Vihara	12	8	8
5	Surau/Mushollah	471	436	436

Tabel ini menggambarkan bahwa terdapat perkembangan jumlah rumah ibadah yang relative bervariasi. Secara umum terdapat peningkatan jumlah rumah ibadah dari 1.129 buah pada tahun 2009 menjadi 1.133 buah pada tahun 2010, atau terjadi peningkatan 0,35%. Menurut jenisnya rumah ibadah Masjid mengalami penambahan sebesar 1,55%. Gereja mengalami peningkatan cukup besar selama tahun 2009 dan 2010 mencapai 39,39%. Sedangkan jumlah surau/mushollah dan vihara mengalami penurunan. Pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan tempat ibadah. Alasan lain adalah kemampuan masyarakat untuk membangun rumah ibadah secara swadaya meningkat.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Kota Pekanbaru, artikel diakses pada 31 Mei 2015 dari <http://migas.bisbak.com/2015/31.html>.

## B. PLAZA TERNAK

Plaza Ternak dibangun pada tahun 1980an, dimanfaatkan 1981 dimulai dengan distribusi IFAD I dan II. Plaza ternak memiliki luas tanah 4,5 HA, terletak di jalan Hang Tuah ujung Kulim Pekanbaru jarak dari kota pekanbaru 6,5 KM. Pasar ternak/hewan (sapidan kerbau) yang pada umumnya berkembang di tingkatan kabupaten merupakan ajang peternak, pedagang pengumpul maupun pedagang antara wilayah melakukan transaksi jual-beli ternak.<sup>4</sup>

Pada umumnya transaksi jual-beli berlangsung dengan metoda tradisoanal, penetapan harga yang tidak transparan bagi semua. Oleh karenanya, sistem pemasaran ternak (hidup) yang berlangsung hingga kini juga masih secara tradisioanal, margin tataniaga belum terdistribusikan secara proposional. Pada kondisi seperti ini, dapat dipastikan bahwa pelaku usaha yang mendapatkan margin tataniaga yang paling trendah dan bahkan dirugikan adalah peternak.

Dari sebagian besar sapi yang didatangkan dari pulau Sumatra seperti daerah Lampung, sapi-sapi ini juga dijual ke rumah potong hewan. Yang dimana merekalah yang mengolah daging dan menjualnya kembali kepasar. Tetapi tidak semua sapi mereka beli di Plaza ternak terkadang mereka juga sudah memiliki pemasok sendiri dengan harga yang murah.

Dalam upaya meningkatkan akses pasar serta mengefisiensikan sistem pemasaran ternak, berbagai perbaikan terhadap pasar ternak (sapi dan kerbau) dilakukan baik perbaikan fisik maupun kelembagaan. Guna memberikan manfaat yang optimal bagi semua pelaku usaha yang terlibat di pasar ternak (sapi dan kerbau), maka pasar ini harus mampu memberikan manfaat yang menguntungkan bagi peternak dan menyediakan harga yang dapat

---

<sup>4</sup>Gatot Irianto, Seksi Pelayanan Usaha dan Retribusi Ternak, *Wawancara*, Pekanbaru, 15 Oktober 2014.

dijangkau oleh konsumen. Untuk mengoptimalkan manfaat pasar ternak, pengelola pasar ternak perlu diberi pendampingan agar pasar ternak (sapi dan kerbau) dapat dioperasikan sebagaimana diharapkan.

Sistem pemasaran ternak di Indonesia pada umumnya masih berlangsung secara tradisional, sistem jual-beli atau mekanisme penentuan harga masih didominasi dan berdasarkan kepercayaan diantara pihak-pihak tertentu yaitu para pedagang pengumpul (tengkulak/blantik). Dalam menentukan berat/bobot ternak dilakukan dengan menaksir berdasarkan pengalaman peternak dan blantik. Bagi pelaku usaha lain yang tidak berstatus blantik, penentuan harga dalam transaksi jual-beli terasa tidak transparansi. Selain sistem transaksi yang belum transparan, bangunan fisik pasar ternak tempat transaksi berlangsung masih sangat sederhana dengan kondisi fasilitas yang terbatas dan belum tertata dengan baik.

Dominasi blantik dalam pemasaran ternak sangat nyata baik di pasar-pasar desa maupun kecamatan, bahkan sampai ke kabupaten/kota. Pedagang besar di kabupaten atau provinsi akan menjual ternaknya ke pedagang besar lain di provinsi atau di daerah konsumen atau langsung ke pedagang pemotong/jagal untuk diperjual belikan dalam bentuk daging.

Pada kondisi pemasaran ternak seperti diuraikan di atas, peternak merupakan penerima margin keuntungan yang terendah. Posisi tawar peternak akan lebih buruk lagi apabila ada wilayah sentra produksi yang tidak memiliki pasar ternak. Pada situasi seperti ini, rantai pemasaran menjadi semakin panjang dan harga yang diterima oleh peternak menjadi semakin kecil. Dengan kondisi seperti ini, akses peternak terhadap informasi pasar pada umumnya juga sangat lemah.

Dalam upaya memberikan manfaat yang lebih baik bagi semua pihak, sistem pemasaran ternak harus lebih transparan baik dalam menentukan harga maupun berat ternak. Oleh karenanya pasar ternak harus memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang lebih



baik serta pengelolaan yang lebih terarah. Pasar ternak ini diharapkan dapat berfungsi sebagaimana diinginkan yaitu menggunakan alat ukur/timbangan yang umum dipakai, mampu melakukan grading terhadap ternak yang diperjual-belikan, dan menerapkan mekanisme transaksi yang transparan dengan metode jual-beli yang lebih terbuka seperti lelang. Penerapan transaksi jual-beli secara lelang ini akan mampu memberikan daya tarik yang kondusif bagi peningkatan produksi pada subsistem budidaya.<sup>5</sup>

### **A. Tujuan**

Tujuan menyusun dan menyediakan panduan operasional pasar ternak ini adalah untuk menyediakan acuan bagi pengelola maupun Pembina, agar pasar ternak, dalam hal ini ternak sapi dan kerbau, dapat dikelola secara optimal sehingga memberikan manfaat dan keuntungan yang nyata bagi peternak dan pelaku usaha pemasaran lainnya.

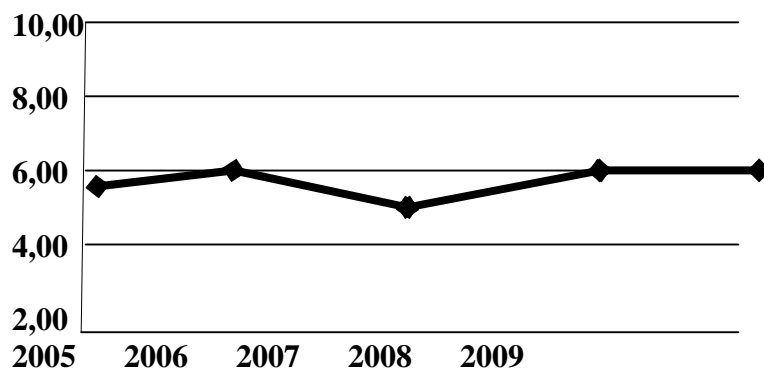
### **B. Target**

1. Mendorong terbangunnya pasar ternak di daerah Sentara produksi (khusus untuk sapi dan kerbau) yang memiliki fasilitas memadai untuk menunjang pelaksanaan pasar ternak secara modern (transparan dan higienis).
2. Mendorong berkembangnya pasar ternak yang dikelola secara profesional oleh kelembagaan/manajemen pasar ternak.
3. Meningkatnya pelayanan pemasaran dan transaksi jual beli melalui pasar ternak berfasilitas memadai yang dikelola oleh pengelola.
4. Meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan bagi para peternak dan pelaku usaha di bidang peternakan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Panduan Umum Operasional Pasar Ternak (Sapi dan Kerbau), ( *Direktorat Jenderal Pengelola dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian, 2013*), Edisi I, h.1-4

<sup>6</sup>Petunjuk teknis(JUKNIS) Operasional Pasar Ternak, (Pemerintah Provinsi Riau Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2013),h.3

**Grafik. 1.1 Penyediaan daging (Kg/Kapita/Thn) 2005-2009****Daging**

2005	2006	2007	2008	2009
5,31	6,24	5,02	5,85	6,15

Dari grafik diatas menyatakan bahwa pada tahun 2007 mengalami penurunan penyediaan daging sapi, pada tahun 2009 mengalami peningkatan permintaan dari masyarakat terhadap penyediaan daging sapi sebesar 6,15.

Artinya apa dari 100% yang dibutuhkan atau permintaan. Dinas plaza ternak telah mencapai dan memenuhi penyediaan daging sebanyak 60%. Dan 40% nya lagi mereka mengambil dari pedagang lain.<sup>7</sup>

<sup>7</sup>Buku Statistik , Pemerintah Provinsi Riau Dinas Peternakan Dan Kesehatan Hewan,2010. h. 78

**Tabel 2.6**  
**Model Pasar Ternak Modern**

No.	Urain	Tipe Pasar Ternak		
		Tipe C	Tipe B	Tipe A
1.	Hari Pasaran	✓	✓	✓
2.	Jumlah ternak yang dipasarkan	100-300 ekor	300-600 ekor	600 ekor
3.	Timbangan	-	✓	✓
4.	Informasi harga	-	✓	✓
5.	Manajemen pasar	Ada	Sedang	Baik
6.	Restribusi	✓	✓	✓
7.	Tempat penitipan	-	✓	✓
8.	Kelembagaan pasar	Ada	Sedang	Baik
9.	Pasar lelang	-	Kadang-kadang	Permanen

Keterangan : Tipe C ke A : kualitas pasar semakin membaik.

✓ : ada kegiatan.

- : tidak ada kegiatan.

#### **A. Tahapan Pembangunan Pasar Ternak**

Pembangunan pasar ternak dilaksanakan melalui empat tahapan yaitu :

1. Persiapan (identifikasi kelayakan usaha).
2. Penyusunan business plan dan sosialisasi
3. Pembangunan fisik.
4. Pembentukan pengelolaan dan oprasionalisasi.

**Tahapan Pertama** : Persiapan (identifikasi kelayakan usaha) pada tahap ini dilakukan studi kelayakan usaha menyangkut factor-faktor pendukung dan pendorong berkembangnya suatu pasar ternak. Hasil yang diharapkan pada tahap ini adalah rekomendasi lokasi, desain bangunan dan persyaratan-persyaratan yang diperlukan dalam membangun dan mengoprasionalkan suatu pasar ternak.

**Tahap Kedua** : Penyusunan business plan dan sosialisasi pada tahap ini dilakukan penyusunan rencana kegiatan selanjutnya yaitu rencana kerja (seperti pembangunan fisik pasar), dan non fisik yaitu penyusunan sarana fisik yang diperlukan dan sisitem oprasionalnya serta rancangan sistem pasokan dan distribusi (sumber atau asal ternak serta keamanan memasarkanya). Selanjutnya pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi tentang keberadaan dan manfaat pasar ternak serta siapa yang akan mengelolanya dan harapan peran dan keterlibatan semua pelaku usaha terkait bidang peternakan dalam mendukung pembangunannya.

**Tahapan Ketiga** : pembangunan fisik. Pembangunan pasar ternak dilakukan melalui proses tender apabila dana pembangunan berasal dari pemerintah, atau dilakukan langsung oleh phak swasta/investor yang akan mengelola pasar ternak tersebut. lokasi dan konstruksi bangunan pasar ternak yang akan dibangun harus sesuai dengan rekomendasi dan disain pasar ternak yang dihasilkan pada feasibility study. Pada tahap ini, telah mulai dipersiapkan lembaga pengelola, yang terdiri dari Dewan Pembina pasar ternak (terdiri dari instansi pemerintah kabupaten/kota), dan pengelola pasar ternak (berasal dari peternak/Gapoktannak/asosiasi peternak dan asosiasi pedagang ternak setempat).

**Tahapan Keempat** : Pembentukan Pengelola dan Oprasionalisasi. Pada tahap ini Dewan Pembina pasar ternak dan pengelola pasar ternak yang sudah disusun pada tahap ketiga diresmikan oleh pemda setempat sekaligus peresmian pengoperasionalisian pasar

ternak. Dewan Pembina pasar ternak terdiri dari pejabat yang mewakili instansi pemerintah kabupaten/kota (dinas pasar, dinas peternakan, dinas indag, dinas koperasi, dan dinas perhubungan). Selanjutnya, pengelola pasar ternak, yang bersal dari perwakilan peternak/Gapoktannak/asosiasi peternak maupun pedagang ternak setempat, difungsikan berdasar tugas dan tanggung jawab sebagaimana dijabarkan dalam susunan kelembagaan pasar ternak. Dengan terbentuknya Dewan Pembina dan pengelola pasar ternak serta dengan telah tersedianya Business Plan pasar ternak maka diharapkan pasar ternak dapat dioprasionalkan dengan baik.

## **B. Oprasioanalisis Pasar Ternak**

**Definisi:** Yang dimaksud dengan pengelolaan pasar ternak adalah suatu aktivitas menejerial dan kegiatan dari seluruh fungsi unit-unit yang ada di pasar ternak.

**Tujuan:** Tujuan pengelolaan pasar ternak adalah untuk mengoprasionalkan pasar ternak supaya berjalan transparan dan optimal.

### **a. Pembentukan Kelembagaan/Organisasi**

1. Kelembagaan/Organisasi pasar ternak disusun sesuai kebutuhan oprasional pasar ternak.
2. Susunan organisasi tersebut dapat terdiri dari: unit-unit usaha seperti: unit penanganan dan kesehatan ternak, unit promosi dan pelayanan informasi pasar, unit kebersihan dan penanganan limbah, unit pengadaan hijauan makanan ternak dan jasa konsultasi, dan unit simpan pinjam.
3. Organisasi dipimpin oleh seorang menajer dan wakil menajer bila diperlukan.
4. Menejer, dalam melaksanakan tugasnya dapat dibantu oleh bagian keuangan dan bagian umum.
5. Dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya, para pengurus pasar ternak berada dalam pengendalian dewan Pembina yang terdiri dari: perwakilan peternak

kelompok-tani-ternak/gopaktanak, pedagang/asosiasi dan perwakilan dinas lingkup pertanian/ peternakan, serta dinas terkait.

**b. Tugas dan Fungsi**

1. Dewan Pembina:

- a) Menyusun AD/ART serta membentuk pengurus organisasi pasar ternak.
- b) Memberikan pembinaan berupa saran teknis maupun non teknis kepada pengelola untuk perbaikan oprasional pasar ternak.
- c) Memberikan teguran apabila dalam pelaksanaan oprasional pasar ternak terdapat penyimpangan baik sengaja maupun tidak sengaja.
- d) Memberikan sanksi (disepakati bersama oleh pengurus dan dewan Pembina) apabila teguran tersebut di atas tidak diindahkan.

2. Manajer

- a) Melaksanakan pengelolaan pasar ternak secara professional.
- b) Mendorong dan memacu kinerja masing-masing unit usaha pasar ternak.
- c) Mengkoordinasikan seluruh unit usaha untuk mencapai target kinerja pasar ternak.
- d) Memimpin seluruh unit usaha dalam menyusun target usaha yang ingin dicapai oleh pasar ternak.
- e) Melaksanakan pertemuan berkala dengan dewan Pembina.

3. Bagian Umum:

- a) Menyediakan barang keperluan oprasional dan administrasi pasar ternak.
- b) Melakukan pemeliharaan sarana dan prasarana pasar ternak.
- c) Menyediakan fasilitas parker dan keamanan di pasar ternak.
- d) Menyusun tata tertib pengelolaan pasar ternak.

#### 4. Unit Promosi dan Pelayanan Informasi Pasar:

- a) Memfasilitasi transaksi jual beli ternak antara peternak dengan pembeli dalam rangka menghindari adanya pelanggaran komitmen.
- b) Menyampaikan informasi harga kepada para peternak, baik secara langsung maupun melalui papan informasi.
- c) Mencari peluang pasar bagi peternak
- d) Membangun jaringan pemasaran di dalam maupun di luar wilayah pasar ternak
- e) Mempromosikan ternak unggulan peternak secara langsung maupun tidak langsung
- f) Mencatat volume dan nilai transaksi jual beli yang terjadi.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Panduan Umum Operasional Pasar Ternak (Sapi dan Kerbau), ( *Direktorat Jenderal Pengelola dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian, 2013*), *op.cit.*,h. 8-20.

**STRUKTUR ORGANISASI DINAS PLAZA TERNAK PEKANBARU**