

**PERILAKU KOMUNIKASI KEGIATAN JUAL BELI TERNAK
SAPI DI PASAR TERNAK KELURAHAN SUNGAI PINANG
KECAMATAN SUNGAI PINANG
KABUPATEN OGAN ILIR**

Oleh

SARTIKA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2011**

R - 24609 / 25 / 70

**PERILAKU KOMUNIKASI KEGIATAN JUAL BELI TERNAK
SAPI DI PASAR TERNAK KELURAHAN SUNGAI PINANG
KECAMATAN SUNGAI PINANG
KABUPATEN OGAN ILIR**



Oleh
SARTIKA

S
636.207
Sar
P
2011
G.112096



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2011**

SUMMARY

Sartika. Communication Behaviour Buy Sell Cow Cattle Livestock Market Sungai Pinang Village Sungai Pinang subdistrict Ogan Ilir (Supervised by NUKMAL HAKIM and Elly Rosana).

The purpose of this study are 1) reveals the history and marketing activities in the livestock market Sungai Pinang Village, 2) disclose the communication behavior in the activities of buy and sell cow cattle at livestock markets Sungai Pinang Village, 3) reveal the marketing communication activities in the livestock market Sungai Pinang Village.

The research was conducted in cattle market Sungai Pinang Village Sungai Pinang subdistrict Ogan Ilir in March to April 2011. This study used a qualitative research design using a phenomenological approach. The selection of informants is done intentionally, which is divided into key informants are 1) the breeders as well as sellers, 2) the seller, 3) the Buyer, 4) brokers / intermediaries. While supporting the informant is livestock market managers and related departments. Data collected in this study form the primary data obtained by carrying out observations and interviews with key informants and informant supporters. Secondary data in this study include a daily journal, recording interviews, and some photos captured. Resources related to this research, a monograph and topography district, library and other data that support this research.

The history of the cattle market Sungai Pinang Village begins with the existing cattle market in the District of Tanjung Raja. Then the cattle market was moved to

the Sungai Pinang Village. January 1, 2009 Sungai Pinang village livestock market was opened. Apart from being a gathering place for family farmers who make buy and sell activities, administration officials from the Clinic to check directly to the cattle in this market. Activity of buy and sell cow cattle at livestock markets Sungai Pinang Village which occurred on the day on Wednesday and Sunday. State of the market will look more crowded on the eve of Idul Adha and Idul Fitri. Communication behavior buy and sell cow cattle at livestock markets Sungai Pinang Village, there are seven things: routine livestock markets, cattle selection, cattle sale and purchase transactions carried out with the help brokers and without brokers, the interpretation of the selling price of beef cattle is usually done by assessors, the process of selling buy cattle originated from the selection of cows to pay user charges, sale and purchase agreement means the cow is usually through verbal and nonverbal communication, the reason for the selection of the cattle market as the place of purchase because buyers find it more practical and can select the desired livestock. Marketing by the market itself breeder flocks with outlets carrying livestock.

RINGKASAN

SARTIKA. Perilaku Komunikasi Kegiatan Jual Beli Ternak Sapi di Pasar Ternak Kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir (Dibimbing oleh NUKMAL HAKIM dan ELLY ROSANA).

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengungkapkan sejarah dan aktivitas pemasaran di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang, 2) mengungkapkan perilaku komunikasi dalam kegiatan jual beli ternak sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang, 3) mengungkapkan kegiatan komunikasi pemasaran di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.

Penelitian ini dilaksanakan di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir pada bulan Maret sampai April 2011. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan fenomenologi (*fenomenology*). Pemilihan informan dilakukan secara sengaja, yang terbagi menjadi informan kunci adalah 1) peternak sekaligus penjual, 2) penjual, 3) Pembeli, 4) calo / perantara. Sedangkan informan pendukung adalah pengelola pasar ternak dan instansi terkait. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi catatan harian, rekaman wawancara, dan foto-foto saat penelitian berlangsung. Sumber-sumber yang berhubungan dengan penelitian ini, berupa monografi dan topografi kecamatan, studi pustaka serta data lain yang menunjang penelitian ini.

Sejarah pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang diawali dengan Pasar ternak yang ada di Kecamatan Tanjung Raja. Kemudian pasar ternak tersebut pindah ke Kelurahan sungai Pinang. Tanggal 1 Januari 2009 pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang mulai dibuka. Selain sebagai tempat berkumpulnya para peternak yang melakukan kegiatan jual beli, aparat pemerintahan dari Puskeswan melakukan pengecekan langsung terhadap ternak yang ada di pasar ini. Aktivitas jual beli ternak sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang terjadi pada hari kalangan yakni hari Rabu dan Minggu. Keadaan pasar akan terlihat lebih ramai pada saat menjelang hari raya Idul Adha dan Idul Fitri. Perilaku komunikasi jual beli ternak di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang, terdapat tujuh hal yakni: rutinitas pasar ternak, pemilihan ternak, transaksi jual beli ternak sapi dilakukan dengan bantuan calo dan tanpa calo, penafsiran harga jual sapi potong biasanya dilakukan dengan cara tafsir, proses jual beli ternak sapi berawal dari pemilihan sapi sampai membayar retribusi, cara kesepakatan jual beli sapi biasanya melalui komunikasi verbal dan nonverbal, alasan pemilihan pasar ternak sebagai tempat jual beli disebabkan karena pembeli merasa lebih praktis dan dapat memilih ternak sesuai yang diinginkan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan peternak yakni memasarkan sendiri ternaknya dengan membawa kepasar ternak.

**PERILAKU KOMUNIKASI KEGIATAN JUAL BELI TERNAK SAPI
DI PASAR TERNAK KELURAHAN SUNGAI PINANG
KECAMATAN SUNGAI PINANG
KABUPATEN OGAN ILIR**

Oleh

SARTIKA

SKRIPSI

**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

pada

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2011**

SKRIPSI

**PERILAKU KOMUNIKASI KEGIATAN JUAL BELI TERNAK SAPI
DI PASAR TERNAK KELURAHAN SUNGAI PINANG
KECAMATAN SUNGAI PINANG
KABUPATEN OGAN ILIR**

Oleh

SARTIKA

05071003022

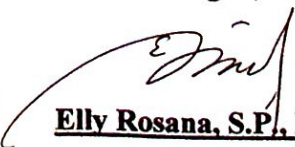
**telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

Pembimbing I,



Ir. Nukmal Hakim, M.Si

Pembimbing II,

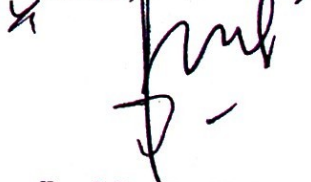


Elly Rosana, S.P., M.Si

Indralaya, Juli 2011

**Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya,**

Dekan,



**Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S
NIP. 19521028197503 1001**

skripsi berjudul " PERILAKU KOMUNIKASI KEGIATAN JUAL BELI TERNAK SAPI DI PASAR TERNAK KELURAHAN SUNGAI PINANG KECAMATAN SUNGAI PINANG KABUPATEN OGAN ILIR". Oleh Sartika NIM. 05071003022 telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada Tanggal 2 Juli 2011.

Komisi Penguji

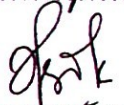
1. Ir. Nukmal Hakim, M.Si

Ketua


(.....)

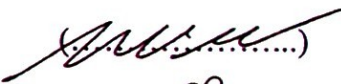
2. Selly Oktarina, S.P., M.Si

Sekretaris


(.....)

3. Ir. Yulian Junaidi, M.Si

.Anggota


(.....)

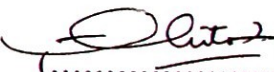
4. Riswani, S.P.,M.Si.

Anggota



(.....)

5. Thirtawati, S.P.,M.Si


Anggota


(.....)

Mengetahui :
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


Dr. Ir. M. Yamin, M.P.
NIP. 19660903-199303 1001

Mengesahkan :
Ketua Program Studi
Penyuluhan dan Komunikasi Penyuluhan


Ir. Nukmal Hakim, M.Si
NIP.19550101 198503 1004

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebut dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian dan investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang sama ditempat lain.

Inderalaya, Juli 2011
Yang membuat pernyataan,


Sartika

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 29 Agustus 1989 di Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Orang tua bernama Yurnalis dan Misroh.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Muhammadiyah Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang pada tahun 2001. Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Tanjung Raja Kecamatan Tanjung Raja selesai pada tahun 2004, dan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Tanjung Raja Kecamatan Tanjung Raja selesai pada tahun 2007. Pada tahun 2007 penulis diterima sebagai mahasiswa di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, program studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian.

Penulis melaksanakan praktik lapangan dengan judul “Teknik Sambung Pucuk pada Tanaman Puring di Desa Sungai Pinang II Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir”.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan hidayat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul "Perilaku Komunikasi Kegiatan Jual Beli Ternak Sapi di Pasar Ternak Kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir".

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ir. Nukmal Hakim, M.Si selaku pembimbing I, dan Ibu Elly Rosana selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua, ayah ku Yurnalis dan ibu ku Misroh, yang senantiasa berdoa untuk kesuksesanku selama ini. Terima kasihku tak akan pernah seimbang dibandingkan dengan doamu yang Engkau panjatkan setiap helaan nafasmu.
2. Bapak Ir. Yulian Junnaldi, M.Si, ibu Riswani, S.P., M.Si, dan ibu Thirtawati, S.P., M.Si yang membantu dan bersedia menjadi penguji, dan seluruh dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian.
3. Bapak Saptono dan mamang-mamang pedagang sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitianku.
4. Untuk adik-adikku, saudaraku, dan keluarga besarku yang telah memberiku semangat untuk memperoleh gelar Sarjana.

5. Untuk Iyan, semangatmu yang memberikan aku kemudahan setiap langkahku dalam menyusun skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku yang telah membantu aku dalam penyusunan skripsi ini. Buat Feby, Dewi, Natali, Lusi, Wahyu, Winda, Sana, Niky, Kia dan semua teman-teman di PKP 07, terima kasih atas masukannya.

Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi kita semua.

Inderalaya, Juli 2011

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
II. KERANGKA PEMIKIRAN	6
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Definisi Komunikasi	6
2. Komunikasi Pemasaran	7
3. Perilaku	9
4. Perilaku Komunikasi	10
5. Pasar Hewan	12
6. Pembentukan Harga	15
B. Kerangka Pemikiran	18
C. Definisi Operasional	19
III. METODE PENELITIAN	21
A. Tempat dan Waktu	21
B. Metode Penelitian	21
C. Metode Pengambilan Contoh	22
D. Metode Pengumpulan Data	22



	Halaman
E. Teknik Pengolahan Data	24
F. Teknik Menjamin Keabsahan Data	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Keadaan Umum Lokasi Penelitian	26
1. Lokasi dan Batas Wilayah	26
2. Geografi dan Topografi	26
3. Keadaan Penduduk dan Mata Pencaharian.....	27
4. Potensi Peternakan	28
5. Keadaan Sosial dan Pendidikan	28
6. Sarana dan Prasarana	29
B. Profil Informan Penelitian	30
1. Membangun Hubungan dengan Informan	30
2. Karakteristik Informan	35
C. Profil dan Kondisi Pasar Ternak	37
1. Peran Pasar.....	43
2. Peran Pengelola Pasar.....	44
3. Sarana dan Prasarana di Pasar Ternak.....	48
4. Program Pembangunan Pasar Ternak.....	52
5. Jenis Ternak	53
6. Asal Ternak.....	56
7. Asal Pembeli	56
8. Asal Penjual	57
9. Lokasi Pasar	57
10. Kondisi lingkungan pasar	58

	Halaman
11. Pemanfaatan kotoran ternak.....	60
D. Perilaku Komunikasi di Pasar Ternak.....	62
1. Perilaku Pelaku Pasar	63
2. Rutinitas Pasar Ternak.....	67
3. Pemilihan Ternak	71
4. Transaksi Jual Beli Secara Langsung dan Melalui Calo	75
5. Bentuk Komunikasi Jual Beli	77
6. Perubahan Peran Penjual sekaligus Pembeli	80
7. Cara menafsir harga satuan ternak Sapi	81
8. Proses Jual Beli Ternak Sapi	83
9. Cara dan Bentuk Kesepakatan Jual Beli.....	83
10. Alasan Pemilihan Pasar Ternak sebagai Tempat Jual Beli	85
E. Komunikasi Pemasaran Ternak Sapi.....	86
V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Peserta pasar ternak di Kelurahan Sungai Pinang tahun 2010	3
2. Fokus penelitian	22
3. Luas wilayah Kelurahan Sungai Pinang menurut penggunaan	27
4. Mata pencaharian pokok penduduk Kelurahan Sungai Pinang.....	27
5. Tingkat pendidikan di Kelurahan Sungai Pinang.....	29
6. Karakteristik informan penelitian.....	35
7. Pekerjaan dan pengalaman informan penelitian.....	36
8. Rekapitulasi transaksi dan retribusi ternak tahun 2010.....	66
9. Pernyataan informan	69
10. Susunan gigi ternak sapi.....	70
11. Ciri-ciri ternak sapi sakit	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka pemikiran secara diagramatis.....	18
2. Peneliti berdiskusi dengan para pedagang	32
3. Wawancara dengan seorang penjual	33
4. Wawancara dengan seorang penjual	34
5. Wawancara dengan seorang peternak, penjual, sekaligus pembeli.....	34
6. Wawancara dengan seorang calo	35
7. Gapura pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.....	37
8. Denah lokasi pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.....	38
9. Struktur organisasi pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang	42
10. Kwitansi bukti jual beli	43
11 Surat keterangan kesehatan hewan.....	43
12. Loket pasar ternak	44
13. Pembayaran retribusi.....	45
14. Kantor petugas.....	46
15. Kandang sapi dan kerbau	46
16. Kandang kambing dan domba.....	46
17. Los penampungan sapi dan kerbau	47
18. Tempat penaikan dan penurunan.....	47
19. Sumur bor	48
20. Kandang sapi	48
21. Barisan kandang sapi.....	49

	Halaman
22. Sapi bali.....	50
23. Sapi peranakan ongole (PO).....	51
24. Sapi madura.....	51
25. Sapi Brahman.....	52
26. Kambing dan Domba.....	52
27. Kerbau.....	53
28. Jalan menuju pasar ternak.....	55
29. Selokan yang berisi sampah.....	56
30. Keadaan lantai pasar ternak.....	56
31. Ternak sapi yang di isolasi.....	57
32. Karung-karung berisi kotoran sapi.....	58
33. Pemberian pakan ternak.....	65
34. Pemberian minum ternak.....	65
35. Pengangkutan sapi dengan mobil.....	67
36. Pengangkutan sapi dengan gerobak.....	68
37. Model komunikasi langsung.....	75
38. Model komunikasi tidak langsung(perantara).....	75
39. Kegiatan pembayaran ternak.....	83
40. Kegiatan tawar-menawar harga ternak.....	83
41. Cara peternak memasarkan ternaknya.....	85
42. Jalur pemasaran (1).....	89
43. Jalur pemasaran (2).....	90
44. Jalur pemasaran (3).....	91

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	94
2. Panduan Wawancara	95
3. Foto-foto Dokumentasi	97
4. Surat Keterangan Penelitian di Pasar Ternak Kelurahan Sungai Pinang ...	98
5. Surat Keterangan Penelitian di Kelurahan Sungai Pinang	99
6. Peraturan Daerah Kabupaten Ogan Ilir Mengenai Pasar Ternak Kelurahan Sungai Pinang	100

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peternakan merupakan komoditas pangan yang memberikan kontribusi yang cukup besar bagi devisa negara dan harus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Pada kenyataannya, target kebutuhan protein hewani asal ternak sebesar 6 g/kapita/hari masih jauh dari terpenuhi. Ada sedikitnya sepuluh permasalahan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia dalam mengembangkan peternakan yaitu pemerataan dan standar gizi nasional belum tercapai, peluang ekspor yang belum dimanfaatkan secara maksimal, sumber daya pakan yang minimal, belum adanya bibit unggul produk nasional, kualitas produk yang belum standar, efisiensi dan produktivitas yang rendah, sumber daya manusia yang belum dimanfaatkan secara optimal, belum adanya keterpaduan antara pelaku peternakan, komitmen yang rendah dan tingginya kontribusi peternakan pada pencemaran lingkungan (Santoso, 2010).

Permintaan terhadap sapi potong dari tahun ke tahun terus meningkat. Sementara itu, pasokan sapi potong dari dalam negeri belum dapat memenuhi semua permintaan yang ada. Hal ini dapat dilihat dari program swasembada sapi potong yang seharusnya dicapai pada tahun 2010, dimundurkan menjadi tahun 2014. Mundurnya target ini jelas bermakna jumlah populasi sapi potong dalam negeri belum bisa memenuhi 90% dari kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia (Samsul dan Ruhyadi, 2010).

Peluang ekspor ternak dan hasil ternak sebenarnya besar. Namun untuk mampu menembus pasar internasional diperlukan beberapa perubahan manajemen pemasaran. Dikutip dari Santoso (2010), hal lain yang perlu ditata adalah aspek pemasaran. Baik pemasaran telur, daging dan susu yang sarasannya bisa dikaitkan dengan upaya peningkatan gizi masyarakat maupun kegiatan ekspor non migas, sejauh ini belum ditangani secara optimal.

Kondisi pemasaran yang ada sekarang ini masih diperlukan pendekatan baru yang lebih dinamis, yaitu pendekatan yang arahnya membina pasar yang sudah terbentuk serta merintis pasar baru yang masih terbuka peluangnya baik di dalam maupun di luar negeri.

Pada masa yang akan datang tujuan pembangunan peternakan bukan hanya untuk meningkatkan permintaan dengan cara menciptakan pasar dan daya beli. Akan tetapi tujuan akhirnya adalah meningkatkan pendapatan peternak dan mendorong peternak agar tetap mampu bersaing baik pada skala lokal, regional, nasional maupun internasional (Santoso, 2010).

Ada tiga pendekatan dalam penentuan harga : pendekatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*), pendekatan yang berorientasi ke biaya, dan pendekatan pasar. Meskipun ketiganya berbeda, tapi pada prinsipnya mereka saling melengkapi (Ibnu, 2008).

Sektor peternakan di Kabupaten Ogan Ilir Propinsi Sumatera Selatan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai sumber-sumber protein dan sumber pendapatan ekonomi rakyat. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan pakan hijauan makanan ternak (HMT) yang sangat banyak. Di kabupaten Ogan Ilir ini juga telah dibangun pasar ternak di Kelurahan Sungai Pinang.

Produktivitas ternak di Kabupaten Ogan Ilir masih rendah, hal ini karena kegiatan yang umumnya masih tradisional, skala usaha kecil, teknologi sederhana dengan keterampilan rendah dan usahaternak yang masih bersifat sambilan. Untuk itu pemerintahan Kabupaten Ogan Ilir memfasilitasi peternak, salah satunya dengan mengadakan pembinaan untuk mendukung program peningkatan produksi hasil peternakan.

Namun program pembangunan bidang peternakan masih jauh dari target yang dapat dilihat antara lain dari laporan tahun 2006 sampai tahun 2007 mengenai populasi dan produksi ternak yang hanya naik 4,5 persen saja (Disnakkan, 2008). Peserta pasar ternak di Kelurahan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir pada tahun 2010 dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Peserta pasar ternak di Kelurahan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir, Tahun 2010

No	Uraian	Jumlah (Orang)
1	Jumlah peserta	
	Peternak perorangan	10 orang
	Kelompok peternak	-
	Gapoknak	-
	Pedagang/pengumpul	15 orang
2	Jumlah pembeli/pengusaha per hari pasar ternak	
	Jumlah peternak	20 orang
	Jumlah pedagang	10 orang
	Jumlah pengusaha daging	1 orang

Sumber : Disnakkan 2010.

Usaha jual beli ternak di pasar akan berkembang dengan terciptanya komunikasi yang efektif antara penjual dan pembeli ternak. Perilaku yang dilakukan penjual dan pembeli dalam kegiatan jual beli akan mempengaruhi keberhasilan transaksi jual beli ternak.

Kegiatan yang ada di pasar ternak ini tidak terlepas dari kegiatan komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli yang melakukan kegiatan transaksi jual beli. Perilaku komunikasi pembeli sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli. Perilaku komunikasi yang dilakukan oleh penjual yaitu menyebarkan informasi, kegiatan tersebut merupakan kegiatan komunikasi pemasaran. Kegiatan komunikasi pemasaran mencakup: memasang iklan di media massa (*media advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran interaktif, hubungan masyarakat (*public relations*) untuk mencapai komunikasi yang efektif (Morissan, 2010).

Pasar hewan di Kelurahan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir ini dianggap sebagai tempat terjadinya proses komunikasi antara penjual ternak dan pembeli ternak. Maka peneliti ingin meneliti “Perilaku Komunikasi Kegiatan Jual Beli Ternak di Pasar ternak di Kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang kabupaten Ogan Ilir”.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah dan aktivitas di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang?
2. Bagaimana perilaku komunikasi dalam kegiatan jual beli sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang?
3. Bagaimana kegiatan saluran pemasaran sapi di pasar ternak sapi Kelurahan Sungai Pinang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengungkapkan sejarah dan aktivitas di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.
2. Mengungkapkan perilaku komunikasi dalam kegiatan jual beli sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.
3. Mengungkapkan kegiatan saluran pemasaran sapi di pasar ternak Kelurahan Sungai Pinang.

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai masukan bagi peneliti dan peternak sendiri agar dapat mengetahui bagaimana sistem jual beli dan perilaku dari penjual dan pembeli ternak. Selain itu, sebagai acuan dalam menentukan kebijakan pembangunan di bidang peternakan bagi pemerintah daerah Ogan Ilir. Serta sebagai acuan bagi peneliti lain, khususnya yang berminat melakukan penelitian mengenai pasar ternak.

DAFTAR PUSTAKA

- Mustofa, A. 2009. *Komunikasi pemasaran: studi kasus (online)*. (<http://www.riefmustofa.blogspot.com>), diakses 13 Juli 2011.
- Devito, JA. 1997. *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*. Edisi kelima. Professional Books. Jakarta.
- [Disnakkan] Dinas Peternakan Dan Perikanan. 2011. *Profil Pasar Hewan Kabupaten Ogan Ilir*. Kantor Dinas Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Ogan Ilir. Indralaya.
- [Disnakkan] Dinas Peternakan Dan Perikanan. 2010. *Profil Pasar Hewan Kabupaten Ogan Ilir*. Kantor Dinas Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Ogan Ilir. Indralaya.
- [Disnakkan] Dinas Peternakan dan Perikanan. 2008. *Laporan Pengembangan Pasca Panen, Pengolahan Dan Pemasaran Hasil Peternakan di Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2008*. Kantor Dinas Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Ogan Ilir. Indralaya.
- Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Ogan Ilir. 2010. *Daftar Isian Potensi Kelurahan Sungai Pinang*. Kantor Kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang Kabupaten Ogan Ilir.
- Herdiansyah, H. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Ibnu's. 2008. *Penentu Harga*. (Online). (<http://www.ibnudblog.blogspot.com/2008/10/penentuan-harga.html>, diakses 27 Januari 2011).
- Ihsaniyati, H. 2010. *Kebutuhan dan Perilaku pencarian Informasi Petani Gurem (Kasus Desa Rowo Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung)*. Tesis S2. Institut Pertanian Bogor. (tidak dipublikasikan).
- Jayanto, AV. 2010. *Hubungan Perilaku Komunikasi Kelompok Tani dengan Tingkat Adopsi Inovasi Usahatani Karet dan Pendapatan Petani di Kelurahan Karang Jaya Kecamatan Prabumulih Timur Kota Prabumulih*. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya. Indralaya. (tidak dipublikasikan).
- Kamus Bahasa Indonesia. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia*.(Online). (<http://KamusBahasaIndonesia.org>), diakses 27 Juni 2011.
- Komunikasi pemasaran. 2010. *Komunikasi pemasaran*. (Online). (<http://www.ilmumanajemen.com/indek.php>), diakses 13 Juli 2011.

- Kuswarno, E. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi*. Widya Padjadjaran. Bandung.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenata Media Group. Jakarta.
- Partadiredja, A. 1985. *Pengantar Ekonomika (edisi keempat)*. BPFE. Yogyakarta.
- Rahardi, F dan Hartono, R. 2003. *Agribisnis Peternakan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Samsul, F dan Ruhyadi, D. 2010. *Buku Pintar Beternak dan Bisnis Sapi Potong*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Santoso, U. 2010. *Dasasila Peternakan dalam Pembangunan Peternakan di Indonesia*. (Online). (<http://uripsantoso.wordpress.com/.../dasasila-peternakan-dalam-pembangunan-peternakan-di-indonesia/>, diakses 10 Desember 2010).
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suprpto, T. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi: dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. CAPS. Yogyakarta.
- Syakira, G. 2009. *Konsep perilaku*. (Online). (<http://syakira-blog.blogspot.com/2009/01/> diakses 26 Januari 2011).
- Vardiansyah, D. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Ghalia Indonesia. Bogor Selatan.
- Walgito, B. 2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.