

## **BAB III**

### **LAPORAN KERJA PRAKTEK**



#### **3.1. Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek**

Penulis melaksanakan kerja praktek kurang lebih satu bulan pada Dinas Peternakan Propinsi Jawa Barat, pada kuliah kerja praktek tersebut penulis melaksanakan kerja praktek mengenai sistem informasi pemerasan. Selama kuliah kerja praktek berlangsung, penulis telah memperoleh hasil-hasil melalui pengumpulan data, hasil-hasil tersebut adalah meliputi suatu tinjauan pustaka, wawancara dan observasi. Dalam pengumpulan data penulis dibantu oleh pembimbing dari dinas peternakan dengan menjelaskan situasi dan kondisi Dinas peternakan kemudian mengarahkan kepada Seksi Data dan Informasi yang sesuai dengan judul kerja praktek.

#### **3.2. Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek**

Penulis dalam melaksanakan Kerja Praktek, terlebih dahulu meminta surat rekomendasi dari Ketua Jurusan manajemen Universitas Komputer Indonesia, kepada Dinas Peternakan Propinsi Jawa Barat. Penulis melaksanakan kerja praktek selama kurang lebih 1 (satu) bulan terhitung dari tanggal 22 Juli- 20 Agustus 2004.

Selama berlangsungnya kerja praktek, penulis mendapatkan pengarahan dan diberikan data-data serta informasi yang diperlukan dan ditempatkan diseksi data dan informasi, baik berupa lampiran-lampiran atau wawancara dan sistematiskan kedalam sebuah laporan yang dibantu oleh dosen pembimbing kerja praktek.

### **3.3. Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek**

#### **3.3.1. Pengertian Sistem Informasi Pemasaran**

Salah satu kebutuhan pokok untuk keberhasilan dalam perencanaan pemasaran yang strategis adalah informasi yang dikelola secara efektif. Dan sumber daya yang paling penting dalam suatu pengambilan pemasaran adalah tersedianya informasi pemasaran. Sistem informasi pemasaran merupakan elemen penting untuk penginderaan kondisi internal dan eksternal perusahaan/instansi. Berawal dari pengumpulan informasi yang relevan dan dikelola secara efektif dalam lingkungan instansi/perusahaan, informasi tersebut berpotensi sebagai sarana untuk menidentifikasi sasaran pemasaran, yakni konsumen. Sebelum lebih jauh, maka terlebih dahulu kita ketahui pengertian beberapa teori dari para Ahli yang berkaitan tentang Sistem Informasi Pemasaran.

## **SISTEM**

Pengertian menurut **Murder dan Ross** :

*“Sistem adalah seperangkat elemen seperti orang, benda dan konsep yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan bersama.”*

## **INFORMASI**

Pengertian menurut **Gordon B. Davis**

*“Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang”.*

Informasi penting artinya bagi suatu sistem , informasi yang tersedia baik dari sumber-sumber eksternal atau internal perusahaan/instansi itu sendiri hendaknya didukung dengan pemilihan dan pendayagunaan secara maksimal.

## PEMASARAN

Menurut pengertian Kotler :

*"Pemasaran adalah proses perencanaan baik secara individu dan kelompok untuk mendapatkan kebutuhan mereka melalui penciptaan, penawaran, penjualan produk dan jasa dengan pihak lain".*

## SISTEM INFORMASI PEMASARAN

Menurut pengertian Stanton :

*"Sistem Informasi Pemasaran ialah suatu kegiatan melakukan interaksi, berkesinambungan dan berorientasi ke masa depan yang menyangkut orang-orang, perlengkapan dan prosedur menganalisa serta memproses keputusan tentang program marketing perusahaan".*

Setelah diutarakan dari berbagai teori mengenai sistem informasi pemasaran ternyata memiliki banyak persamaan dalam haluan pandangan dan pola pendekatan, yakni dalam SIP terdapat adanya pengumpulan informasi melalui hubungan interaksi untuk pencapaian tujuan dan sasaran serta menetukan pengambilan keputusan yg bersifat strategis dimasa yang akan datang.

### **3.3.2. Sistem Informasi Pemasaran di Dinas Peternakan Propinsi Jawa Barat**

Sistem informasi pemasaran di Dinas Peternakan Propinsi Jawa Barat, merupakan proses pendataan berupa pengumpulan dan menganalisis informasi mengenai harga ternak dan hasil ternak dipasar dan pendistribusiannya diberbagai daerah, dengan melihat perkembangan harga kemudian Dinas Peternakan menganalisa informasi tersebut.

#### **A. Informasi Pemasaran Harga Ternak**



Dalam rangka mengantisipasi pengembangan agribisnis peternakan di Jawa Barat, khususnya pemasaran ternak diperlukan adanya kepastian informasi harga ternak yang merupakan acuan bagi pembeli maupun penjual ternak didalam pelaksanaan pemasaran ternak, sehingga diharapkan baik pembeli maupun penjual tidak merasa dirugikan atau mencapai keuntungan yang optimal. Informasi harga ternak di Jawa Barat tahun 2003, diperoleh dari hasil kerjasama dengan Pinsar dan Apdasi serta informasi dari 26 Kabupaten dan Kota.

Hasil evaluasi harga ternak pada tahun 2003 ternyata terdapat fluktuasi harga ternak broiler hidup dan DOC broiler yaitu tertinggi pada Hari Besar (Puasa, Idul Fitri, dan Idul Adha) dengan harga untuk ayam mencapai Rp. 7.500,- per kg dan untuk DOC broiler mencapai harga tertinggi Rp. 2.300,- per ekor, hal ini disebabkan permintaan broiler pada saat tersebut meningkat dibandingkan dengan penawaran broiler. Sedangkan harga terendah untuk ayam broiler Rp. 4.350,- per kg dan DOC broiler mencapai Rp. 225,- per ekor, hal ini disebabkan karena produksi DOC FS di perusahaan pembibitan tinggi sedangkan permintaan DOC menurun sehingga produksi DOC tidak terserap dipasaran, akhirnya DOC dijual kepasaran dengan harga rendah. Apalagi untuk harga ternak lainnya seperti sapi potong, kerbau,

domba, ayam buras, DOC layer dan itik harganya tidak begitu berfluktuasi, hal ini kemungkinan terjadinya keseimbangan antara permintaan dan penawaran ternak-ternak tersebut.

### **B. Informasi Pemasaran Hasil Ternak**

Harga hasil ternak daging ayam dan telur terjadi kenaikan terutama pada bulan puasa dan menjelang Idul Fitri dimana harga daging ayam broiler ditingkat konsumen berkisar Rp. 15.000,- per kg dan telur ayam broiler ditingkat konsumen berkisar Rp. 6.895,- per kg. Harga telur ayam ras sering terjadi fluktuasi harga, pada bulan April 2003 terjadi penurunan harga telur dari harga Rp. 6.580,- per kg ditingkat konsumen. Hal ini disebabkan karena permintaan pasar yang memang lemah.

### **C. Pengendalian Supply Demand Ternak dan Hasil Ternak**

Kebutuhan ternak sapi potong untuk konsumsi daging di Jawa Barat Tahun 2003 sebanyak 291.436 ekor. Sedangkan penyediaan dari Jawa Barat sendiri hanya 80.558 ekor, sehingga kekurangan sebanyak 210.878 ekor yang dipenuhi dari import dan dari propinsi lain seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, NTB dan Lampung sebanyak 272.582 ekor.

Sedangkan kebutuhan untuk konsumsi ternak ayam ras pedaging selama tahun 2003 tercatat sebanyak 301.818.977 ekor, sehingga sisanya dipasarkan keluar di Jawa Barat yakni Banten dan DKI. Kebutuhan untuk konsumsi telur di Jawa Barat selama Tahun 2003 yaitu 107.374 ton, sedangkan Jawa Barat mampu memproduksi telur sebanyak 129.003 ton.

### **3.3.3. Kontribusi Sistem Informasi Pemasaran di Dinas peternakan Propinsi Jawa Barat**

Dengan adanya sistem informasi pemasaran yang dikelola secara efektif di Dinas Peternakan Propinsi Jawa Barat, ternyata telah memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan usaha yang ada di Dinas Peternakan, seperti :

#### **A. Pengembangan Kawasan Usaha**

Pengembangan wilayah merupakan salah satu untuk memperluas tingkat pemasaran dan pendekatan pembangunan yang berorientasi pada integrasi aktivitas dari berbagai bidang didalam suatu wilayah dengan tujuan pada tercapainya pemerataan pembangunan. Berbagai usaha untuk untuk memperluas kawasan usaha telah ditempuh Pemerintah Jawa Barat melalui pengembangan wilayah yang antara lain dilakukan dengan pengembangan kawasan andalan seperti tertuang di dalam Perda No. 2 Tahun 2003 tentang Rencana Tata ruang Wilayah Propinsi Jawa Barat.

Kawasan pengembangan wilayah tersebut antara lain :

- a Kawasan andalan Bogor
- b Kawasan andalan Cianjur
- c Kawasan andalan Sukabumi dan sekitarnya
- d Kawasan andalan Ciayumajakuning (Cirebon)
- e Kawasan andalan Priangan (Ciamis)
- f Kawasan andalan Tasikmalaya
- g Kawasan andalan Garut

## B. Kemitraan Usaha Peternakan

Pelaksanaan kemitraan usaha penjabaran dari kemitraan usaha ekonomi sebagai salah satu pilar pemberdayaan masyarakat Jawa Barat dengan tujuan menghilangkan kesenjangan ekonomi diantara perusahaan peternakan dan peternakan rakyat. Kemitraan usaha yang sudah berjalan dalam subsektor peternakan adalah komoditi sapi potong, sapi perah, domba, ayam ras pedaging, ayam ras petelur, ayam buras dan itik.

Tabel 1. Pelaksanaan Kemitraan Usaha Peternakan di Jawa Barat.

No.	Kemitraan	Tahun 2002	Tahun 2003
1	Sapi potong		
	• Jumlah Inti (Buah)	11	13
	• Jumlah Peternak (orang)	2.586	4.226
	• Populasi (ekor)	1.325	11.868
2	Sapi perah		
	• Jumlah Inti (Buah)	1	4
	• Jumlah Peternak (orang)	32	1.702
	• Populasi (ekor)	120	6.262
3	Domba		
	• Jumlah Inti (Buah)	1	3
	• Jumlah Peternak (orang)	226	269
	• Populasi (ekor)	4.312	2.387
4	Kambing		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Inti (Buah)</li> <li>• Jumlah Peternak (orang)</li> <li>• Populasi (ekor)</li> </ul>	1 7 96	- - -
5	Ayam Ras Pedaging <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Inti (Buah)</li> <li>• Jumlah Peternak (orang)</li> <li>• Populasi (ekor)</li> </ul>	80 2.4322 9.692.500	73 1.950 23.646.848
6	Ayam Ras Petelur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Inti (Buah)</li> <li>• Jumlah Peternak (orang)</li> <li>• Populasi (ekor)</li> </ul>	3 145 28.790	1 5 25.000
7	Ayam Buras <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Inti (Buah)</li> <li>• Jumlah Peternak (orang)</li> <li>• Populasi (ekor)</li> </ul>	3 22 2.320	4 231 20.235
8	Itik <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah Inti (Buah)</li> <li>• Jumlah Peternak (orang)</li> <li>• Populasi (ekor)</li> </ul>	3 85 9.860	4 140 16.554

### C. Investasi Usaha Peternakan

Pembangunan Sub sektor peternakan selain oleh pemerintah sendiri juga sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh kehadiran serta peran para pengusaha swasta maupun swadaya peternak dalam menginvestasikan modalnya pada usaha peternakan. perkembangan investasi peternakan pada tahun 2003 baik investasi dari pemerintah maupun investasi swasta dan swadaya masyarakat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Perkembangan Investasi Usaha Peternakan



No.	Sumber Investasi	Jumlah ( Rp. 000.000,-)	
1	Pemerintah	9.340	10.180
2	Swasta dan Swadaya Masyarakat	849.089	945.800
	Jumlah	858.429	955.980

### D. Pemasaran Produk Hasil Ternak

Perkembangan produk hasil ternak yang dikonsumsi masyarakat, di Jawa Barat secara rinci dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Perkembangan produk hasil ternak di Jawa Barat

No	komoditas	Realisasi 2002	Norma Gizi	Realisasi 2003	R/T	R
1	Daging	6.60	10.10	7.04	69.70	6.67
2	Telur	2.72	4.70	2.80	59.57	2.94
3	Susu	7,02	6.10	7.31	119.84	4.13
	Gr Prot/Kap/Hari	4.84	6.00	5.12	85.33	5.79

Pencapaian konsumsi Hasil Ternak (daging, telur, dan susu) selama tahun 2003 masing-masing menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan bila dibandingkan tahun 2002 pada periode yang sama, walaupun peningkatan itu belum mampu mencapai standar norma gizi sebesar 6 gram protein/kapita/hari, yaitu baru tercapai sebesar 85,33%. Namun demikian secara parsial, jawa barat telah melampaui angka konsumsi rata-rata susu sebesar 7,31 Kg/Kapita/Tahun (119,84% dari target standar norma gizi susu).

a. Konsumsi Daging

Konsumsi daging pada tahun 2003 rata-rata mencapai 7,04 kg/kap/thn, menunjukkan pertumbuhan sebesar 6,67%, masih rendahnya angka pencapaian pertumbuhan tersebut antara lain disebabkan komoditas daging mempunyai harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan komoditas pertanian lainnya, sehingga sangat dibatasi oleh tingkat pertumbuhan pendapatan masyarakat yang pada tahun 2003 peningkatannya kurang signifikan.

b. Konsumsi Telur

Konsumsi telur pada tahun 2003 rata-rata mencapai 2,80 kg/kap/thn, menunjukkan pertumbuhan sebesar 2,94%. Pencapaian konsumsi telur ini bila dibandingkan dengan target norma gizi sebesar 4,70 kg/kap/thn, masih rendahnya peningkatan konsumsi telur antara lain dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap nilai gizi telur, dalam memenuhi kebutuhan gizi makanan secara keseluruhan.

c. Konsumsi Susu

Konsumsi susu pada tahun 2003 rata-rata mencapai 7,31 kg/kap/thn, menunjukkan pertumbuhan sebesar 11,70%. Pencapaian konsumsi telur ini telah

melampaui target norma gizi sebesar 6,10 kg/kap/thn, namun demikian untuk memenuhi kebutuhan konsumsi susu tersebut, Jawa Barat masih mendatangkan susu impor untuk diolah di IPS. Hal ini disebabkan antara lain produksi susu yang dihasilkan selain masih belum memenuhi permintaan, juga persaingan harga dan kualitas dengan susu impor.

Pencapaian PDRB pada tahun 2003 pada Sub sektor peternakan yang bersumber dari populasi ternak dan produksi lainnya mencapai nilai absolut dengan harga berlaku sebesar Rp. 3.838.531,9 juta dengan laju pertumbuhan sebesar 6,52 %, dibanding dengan tahun 2002 yang mencapai nilai absolut sebesar Rp. 3.603.678,38 juta sedangkan nilai absolute dengan harga konstan sebesar Rp. 744.642,38 jutaan.