

**ANALISIS RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*)
KAMBING PERANAKAN ETAWAH SAAT
DAN PASCA HARI RAYA IDUL ADHA
DI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

**Ridwan Hermawan
135050101111017**



**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

**ANALISIS RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*)
KAMBING PERANAKAN ETAWAH SAAT
DAN PASCA HARI RAYA IDUL ADHA
DI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

**Ridwan Hermawan
NIM 135050101111017**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan
Universitas Brawijaya

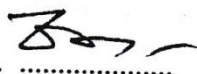
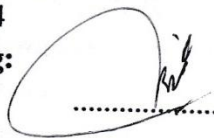

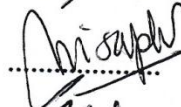
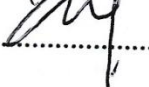
**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

**ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN)
KAMBING PERANAKAN ETAWAH SAAT DAN
PASCA HARI RAYA IDUL ADHA DI KECAMATAN
WONOSARI KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

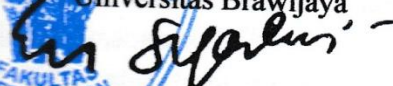
Oleh :
Ridwan Hermawan
NIM. 135050101111017

Telah dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Pada Hari/Tanggal : Jum'at/26 Mei 2017

	Tanda tangan	Tanggal
Pembimbing Utama: <u>Dr. Ir. Bambang Ali, MS.,DEA.</u> NIP. 196104141986031004		16-06-17
Pembimbing Pendamping: <u>Dr. Ir. Moch. Nasich, MS.</u> NIP. 195511061983031001		12-06-17
Dosen Penguji: <u>Prof. Dr. Ir. Siti Chuzaemi, MS</u> NIP. 195305141980022001		09-06-17
<u>Dr. Ir. Umi Wisaptiningsih, MS.</u> NIP. 195610151981032001		12-06-17
<u>Dr. Ir. Sri Wahyuningsih, M.Si</u> NIP. 196407101988022001		09-06-17

Mengetahui:

Dekan Fakultas Peternakan
Universitas Brawijaya


Prof. Dr.Sc.Agr.Ir. Suyadi, MS

NIP. 196204031987011001

Tanggal : 19/06/17

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sukabumi, pada tanggal 09 April 1994 yang merupakan anak ke 2 dari tiga bersaudara pasangan bapak Atong dan Ibu Bidah. pendidikan penulis diawali dari SDN Cikeresek Simpenan Sukabumi dan lulus pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan di MTS Ikhwanul Iman Kabupaten Sukabumi lulus pada tahun 2010. Penulis melanjutkan pendidikan di SMA-T Boarding School dan Ma'had Darul Amal Jampangkulon Sukabumi Jawa Barat lulus pada tahun 2013. Tahun 2013 Penulis diterima sebagai mahasiswa S1 di Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya melalui Jalur Undangan SNMPTN. Penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan seperti UKM KIM, FORDI MAPELAR, PRAMUKA UB, HOMEBAND, KPI (Komunitas Penulis Indonesia), SMI (Satrawan Muda Indonesia), dan MT-Funa UB sebagai anggota dan ketua Umum pada periode 2015-2016 dan ikut berkontribusi aktif sebagai panitia pada setiap kegiatan hingga demisioner pada desember 2017. Penulis pernah menjadi kontingen sebagai delegasi fakultas Peternakan dalam lomba ilmiah di UGM, UNAIR, UNEJ, IPB dan UNPAD. Saat ini penulis aktif di komunitas penulis Indonesia sebagai anggota, beberapa karya yang pernah ditulis adalah buku pertama dengan judul “Segenggam Bekal ke Surga” dengan penerbit Kaffah media, karya ke dua buku inspiratif dengan judul “ Teras Hati Penyamar Rasa” dengan penerbit Al-Azhar press. Selain menempuh S1 di Fakultas Peternakan penulis juga menempuh D2 Bahasa Arab di Ma'had Abdurahman bin Auf. Penulis pernah melaksanakan Praktek Kerja Lapang (PKL) di BIB Lembang Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat pada tahun 2016 dibawah bimbingan Ir. Tri Eko Susilorini, MP.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta perlindungan dan kemudahan yang diberikannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Analisis Rantai Pasok (*Supplay Chain*) Kambing Peranakan Etawah Saat Dan Pasca Hari Raya Idul Adha di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang” Penulisan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Peternakan di Universitas Brawijaya. Penyusunan laporan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan masukan orang lain, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Atong & Ibu Bidah, kaka saya leni Maryani dan adik saya Muhamad Chandra serta seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan serta motivasi secara moril maupun materil.
2. Dr. Ir. Bambang Ali, MS, DEA. Selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ir. Moch. Nasich, MS. Selaku dosen pembimbing pendamping atas kesabaran dan bimbingan serta saran dan kritik yang membangun yang telah diberikan selama proses penyusunan proposal hingga penulisan laporan skripsi.
3. Prof. Dr. Ir. Siti Chuzaemi, MS. Dr.Ir. Umi Wisaptiningsih, MS dan Dr. Ir. Sri Wahyuningsih, M.Si. Selaku dosen penguji yang telah memberkan banyak masukan dalam penulisan laporan skripsi
4. Prof. Dr.Agr.Sc. Ir. Suyadi, MS. Selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya

5. Dr. Agus Susilo, SPt,MP. Selaku Ketua Program Studi Fakultas Peternakan yang membantu dalam melancarkan penulisan skripsi
6. Anie Eka Kusumastuti S.Pt., M.Sc Selaku Ketua Minat Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Brawijaya yang telah membantu dalam administrasi proposal sampai dengan laporan skripsi
7. Teman-teman penelitian M.diaz, Muhammad Khozin, Rohadi, Mrizky dan Surya Arianda yang senantiasa membantu dan berbagi ilmu selama penelitian.
8. Teman-teman keluarga lembaga Dakwah MT-Funa UB yang selalu memberikan nasehat kebaikan dalam mengerjakan skripsi dan setiap aktifitas sehari-hari.
9. Pemerintah, peternak dan pedagang di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih terdapat kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi pembaca.

Malang 09 juni 2017

Penulis

SUPPLY CHAIN ANALYSIS OF GOAT ETAWAH CROSSBRED PASCA AND EID AL-ADHA PERIOD IN WONOSARI SUB DISTRICT MALANG REGENCY

Ridwan Hermawan¹⁾ Bambang Ali Nugroho²⁾ Moch Nasich²⁾

¹⁾Student of Animal Husbandry Faculty University Brawijaya.

²⁾ Lecturer of Animal Husbandry Faculty University Brawijaya.

Email :Kanghafidzridwan@gmail.com

ABSTRACT

The research was conducted at Wonosari Sub District Malang Regency on 26th October to 4th December 2016, because farmers a lot involved the sale of a goat Etawah crossbred. The research Method it's the survey method. Determining of sample selected by purposive sampling method, the provision involved with a marketing, wholesalers and retailers who chosen by snowball sampling method. Data were analysis using decription analysis that is marketing margin, and margin presentase marketing from a marketing channel. Result showed that there was three kind with marketing channel from each period. Eid al-Adha namely pattern :I. Producers (Farmer) - wholesalers - Consumers (Society). Pattern II. Producers (Farmer) – wholesalers – agents outside of the town and province. Pattern III. Producers (Farmer) – wholesalers – religion institution. Margin high marketing goat etawah crossbred namely pattern III with marketing high margin IDR 280.000 and marketing margin goat female IDR 200.000. Marketing high margin pasca Eid al-Adha male goat namely pattern II marketing margin IDR320.000 and female goat high marketing margin IDR 350.000. The high efficient of supply chain marketing Eid al-Adha period was pattern I with farmer price share 95,24% and female 92,29%. The high efficient pasca Eid al-Adha period was pattern I with farmer price share 88,00 and female was pattern III with farmer price share 90,17 %.

Keywords: Etawah crossbred, Eid al-Adha, Wholesalers

**ANALISIS RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*)
KAMBING PERANAKAN ETAWAH SAAT DAN
PASCA HARI RAYA IDUL ADHA DI KECAMATAN
WONOSARI KABUPATEN MALANG**

Ridwan Hermawan¹⁾ Bambang Ali Nugroho²⁾ Moch Nasich³⁾

¹⁾Mahasiswa Bagian Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas
Peternakan Universitas Brawijaya.

²⁾Dosen Bagian Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas
Peternakan Universitas Brawijaya.

³⁾Dosen Bagian Produksi Ternak, Fakultas Peternakan
Universitas Brawijaya.

Email :Kanghafidzridwan@gmail.com

RINGKASAN

Ternak kambing tersebar luas di Kabupaten Malang dengan populasi cukup tinggi sebesar 3.178.197 ekor. Kecamatan Wonosari merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Malang yang memiliki potensi usaha peternakan cukup tinggi salah satunya kambing Peranakan Etawah (PE). Permintaan kambing setiap tahun menjadi sebuah peluang usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan, permintaan semakin meningkat mendekati periode Idul Adha dengan harga yang lebih tinggi, ditambah periode tersebut selalu ada setiap tahun. Selain itu proses pemasaran yang masih bersifat tradisional menjadikan harga dan rantai pasok dalam proses pemasaran tergolong beragam, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut khususnya tentang analisis rantai pasok kambing PE periode pasca dan saat Idul Adha yang terdiri dari perhitungan presentase *margin* dan *margin* harga serta efisiensi rantai pasok sebab dengan

mengetahui perhitungan ekonomi dan rantai pasok maka dapat dilihat perbedaan pola rantai pasok dan harga yang ada di peternakan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penentuan sampel untuk peternakan menggunakan metode *purposive sampling* dan penentuan untuk lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling*. Analisa data menggunakan analisis deskriptif yaitu *margin* pemasaran dan persentase *margin* serta *farme share price* pada masing-masing pola pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 macam jalur pemasaran kambing pada masing-masing periode yaitu 1. Periode Idul Adha : pola I. peternak - blantik - konsumen (masyarakat). Pola II peternak – blantik – pedagang luar kota luar provinsi. Pola III peternak – blantik – lembaga keagamaan. Periode pasca Idul Adha : pola I peternak - blantik – pedagang pengecer. Pola II peternak – blantik – pengusaha rumah makan. Pola III peternak – pedagang blantik – pedagang luar kota dalam provinsi Pola pemasaran kambing PE periode Idul Adha pada pola I didapatkan total *margin* pemasaran jantan sebesar Rp. 100.000,-/ekor. Margin pemasaran kambing betina adalah Rp.100.000,-/ekor. Rantai pasok kambing pola II kambing jantan didapatkan total *margin* pemasaran kambing jantan Rp. 140.000,-/ekor dan kambing betina total *margin* yang didapatkan adalah Rp. 197.000,-/ekor. Pada rantai pasok pola III total *margin* kambing jantan Rp. 280.000,-/. *Margin* pemasaran kambing betina Rp. 200.000,-/ekor. Periode Pasca Idul Adha total *margin* rantai pasok pola I kambing jantan adalah Rp. 240.000,-. Kambing betina total *margin* adalah Rp. 197.000,-/ekor dari total penjualan peternak sampai dengan pedagang pengecer. Pola II

total didapatkan untuk jantan Rp. 320.000,-/ekor dan betina Rp. 350.000,-/ekor. Rantai pasok pola III total *margin* kambing jantan Rp. 240.000,-/ekor sedangkan nilai *margin* betina Rp. 177.000,-/ekor. *margin*

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *margin* tertinggi rantai pasok kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang berdasarkan periode yaitu : Idul Adha : kambing PE jantan dan betina pada pola III dengan *margin* pemasaran sebesar Rp. 280.000/ekor dan kambing betina Rp. 200.000,-/ekor. Pada pasca Idul Adha : kambing PE jantan pada pola II Rp. 320.000,-/ekor dan kambing PE betina Rp 350.000,-/ekor. Rantai pasok paling efisien periode Idul Adha untuk kambing PE jantan dan betina adalah pola I dilihat dari *farmer price share* jantan 95,24% dan betina 92,29%. Pasca Idul Adha rantai pasok paling efisien adalah pada pola I untuk kambing jantan dengan *farmer price share* 88,00%. Kambingbetina pada pola III dengan *farmer price share* 90,17%. *Margin* tertinggi penjualan kambing PE yaitu terdapat pada pasca Idul Adha pada pola II dengan *margin* pemasaran kambing jantan Rp.320.000,-/ekor dan betina Rp 350.000,-/ekor. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin pendek rantai pasok maka semakin efisien suatu pemasaran. Saran dari peneliti strategi yang dapat dilakukan oleh produsen/peternak untuk meningkatkan efisiensi adalah dengan memperluas pasar pemasaran. Memperluas pasar dapat ditempuh dengan memperbesar permintaan konsumen dan pelaksanaan pemasaran tertata.

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRACT	iv
RINGKASAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.4. Kerangka Konsep Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Gambaran Umum Kambing PE.....	7
2.2. Rantai Pasok (<i>Supplay Chain</i>).....	8
2.3. Pemasaran	9
2.4. Biaya Pemasaran	11
2.5. Fungsi Pemasaran.....	13
2.6. Lembaga Pemasaran.....	14
2.7. Biaya Produksi	16
2.8. Penetapan Harga.....	17
2.9. Efisiensi dan <i>Margin</i> Pemasaran.....	19
2.10. Efisiensi Pemasaran dengan Pendekatan (<i>Farmer Price Shre</i>).....	21

BAB III MATERI DAN METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	24

3.4. Teknik Pengambilan Data	27
3.5. Analisis Data	28
3.5.1 Analisis <i>Margin</i> Pemasaran.....	28
3.5.2 Analisis <i>share</i> harga yang diterima peternak....	29
3.5.2 Analisis Usaha Ternak.....	29
3.7. Batasan Istilah	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian	31
4.2. Profil Usaha dan Struktur Populasi Ternak	32
4.2.1 Struktur Populasi Ternak	33
4.3. Pemasaran.....	36
4.4. Pemasaran Hari raya Idul Adha.....	38
4.5. Karakteristik Responden penelitian.....	40
4.5.1 Responden Peternak Rakyat (Produsen).....	40
4.5.1.1. Karakteristik Peternak Berdasarkan Usia.....	41
4.5.1.2. Karakteristik Peternak Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.5.1.3. Karakteristik Peternak Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	44
4.5.1.4. Karakteristik Peternak Berdasarkan Lama Usaha	46
4.5.2 Responden Blantik.....	47
4.5.2.1. Karakteristik Blantik Berdasarkan Usia.....	48
4.5.2.2. Karakteristik Blantik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.5.2.3. Karakteristik Blantik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	51
4.5.2.4. Karakteristik Blantik Berdasarkan Lama Usaha	52

4.5.3 Responden Pedagang Pengecer	54
4.5.3.1. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Usia	54
4.5.3.2. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.5.3.3. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir.....	56
4.5.3.4. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Lama Usaha	57
4.6. Pemasaran Kambing PE	59
4.7. Lembaga Pemasaran.....	60
4.7.1. Peternak Produsen (Rakyat)	60
4.7.2. Peternak Blantik (pengepul).....	64
4.7.3. Peternak Pengecer (<i>rettailler</i>)	68
4.7.4. Konsumen.....	69
4.8. Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>).....	71
4.8.1. Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola I	74
4.8.2. Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola II.....	77
4.8.3. Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola III.....	79
4.8.4. Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola I.....	82
4.8.5. Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola II	85
4.8.6. Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola III.....	87
4.9. Biaya Produksi Kambing PE	90
4.10. Analisis <i>Margin</i> Pemasaran, % <i>margin</i> Pemasaran kambing PE Periode Idul Adha dan pasca Idul Adha	93

4.10.1 Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE periode Idul Adha jantan dan betina pola I	94
4.10.2. Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE periode Idul Adh jantan dan betina pola II	96
4.10.3. Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE periode Idul Adha jantan dan betina pola III.....	99
4.10.4. Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE pasca Idul Adha jantan dan betina pola I	101
4.10.5. Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE pasca Idul Adha jantan dan betina pola II	103
4.10.6. Analisis <i>margin</i> pemasaran, % <i>margin</i> , <i>mark up price</i> dan <i>share</i> harga rantai pasok kambing PE pasca Idul Adha jantan dan betina pola III.....	105
4.11. Efisiensi Rantai Pasook Pemasaran Kambing PE	107
4.11.1. Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE Jantan dan Betina Periode Idul Adha dan Pasca Idul Adha	108

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
DAFTAR LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Nilai Konversi ST Pada Jenis Kambing dan Sapi	30
2. Struktur Populasi Kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang.....	34
3. Biaya Produksi dan Penerimaan Usaha Kambing PE Peternak Rakyat Selama 1 Periode.....	92
4. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Jantan pola I	94
5. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Betina pola I	95
6. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Jantan pola II	97
7. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Betina pola II.....	98
8. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Jantan pola III.....	99

9. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok periode Idul Adha kambing PE Betina pola III.....	100
10. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Jantan pola I.....	101
11. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Betina pola I	102
12. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Jantan pola II	103
13. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Betina pola II	104
14. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Jantan pola III.....	105
15. <i>Margin</i> pemasaran, % <i>Margin</i> , <i>mark up price</i> , <i>share</i> harga, rantai Pasok pasca Idul Adha kambing PE Betina pola III.....	106
16. Efisiensi rantai pasok pemasaran kambing PE jantan dan betina Periode Idul Adha.....	108
17. Efisiensi rantai pasok pemasaran kambing PE jantan dan betina pasca Idul Adha	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Pemasaran Kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang.....	6
2. <i>Sampling Frame</i> Penentuan Responden.....	26
3. Peta Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang.....	32
4. Karakteristik Peternak Rakyat Berdasarkan Usia	42
5. Karakteristik Peternak Rakyat Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
6. Karakteristik Peternak Rakyat Berdasarkan Pendidikan Akhir	45
7. Karakteristik Peternak Rakyat Berdasarkan Lama usaha.....	46
8. Karakteristik Blantik Berdasarkan Usia.....	48
9. Karakteristik Blantik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
10. Karakteristik Blantik Berdasarkan Pendidikan Akhir	51
11. Karakteristik Blantik Berdasarkan Pendidikan Lama Usaha.....	53
12. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Usia	55

13. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	57
14. Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Lama Usaha	58
15. Rantai Pasok (<i>Supplay Chain</i>).....	72
16. Jalur pemasaran kambing PE periode Idul Adha Pola I	77
17. Jalur pemasaran kambing PE periode Idul Adha Pola II	79
18. Jalur pemasaran kambing PE periode Idul Adha pola III	82
19. Jalur pemasaran kambing PE pasca Idul Adha Pola I	84
20. Jalur pemasaran kambing PE pasca Idul Adha Pola II	86
21. Jalur pemasaran kambing PE pasca Idul Adha Pola III.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Peternak Berdasarkan Usia, Tingkat Pendidikan Akhir, Lama Usaha dan jenis Kelamin.....	119
2. Karakteristik Pedagang Blantik Berdasarkan Usia, Tingkat Pendidikan Akhir, Lama Usaha dan jenis Kelamin.....	120
3. Karakteristik Peternak Pengecer Berdasarkan Usia, Tingkat Pendidikan Akhir, Lama Usaha dan jenis Kelamin.....	121
4. Karakteristik Responden Peternak Rakyat.....	122
5. Karakteristik Responden Blantik	124
6. Karakteristik Responden Pedagang Pengecer	125
7. Struktur Usaha Kambing Peternak Rakyat.....	126
8. Biaya tidak tetap peternak rakyat selama 1 periode.....	127
9. Biaya tetap peternak rakyat selama 1 periode.....	131
10. Total penerimaan usaha kambing peternak rakyat selama 1 periode.....	135
11. Harga kambing pada blantik periode Idul Adha dan pasca Idul Adha.....	139

12. Harga kambing pada pedagang pengcerer pasca Idul Adha	140
13. Daftar Pertanyaan	141