

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian**

Kecamatan Wonosari terletak di Kabupaten Malang memiliki luas 4500 Ha, dengan jumlah penduduk sebesar 700.000 jiwa merupakan bagian dari Kabupaten Malang dengan jarak  $\pm$  30 km dari Kota Malang dan sebelah batas Kota Malang. Temperatur udara rata-rata 10-30°C dan berada pada ketinggian 500-2000 mdpl. Kecamatan Wonosari berada pada  $-8.006770^\circ$  Lintang Utara,  $-8.040742^\circ$  Lintang Selatan,  $112.494278^\circ$  Bujur Timur, dan  $112.463581^\circ$  Bujur barat batas wilayah Kecamatan Wonosari adalah :

Sebelah Utara	: Gunung Kawi
Sebelah Selatan	: Kecamatan Sumberpucung
Sebelah Barat	: Kabupaten Blitar
Sebelah Timur	: Kecamatan Ngajum

Kecamatan Wonosari memiliki luas wilayah 48,53 km<sup>2</sup> atau 1,30 persen luas Kabupaten Malang dengan topografi sebagian besar didominasi perbukitan dan dataran tinggi. Kecamatan Wonosari dihuni oleh 43.665 jiwa penduduk, yang terdiri dari 21.671 orang laki-laki dan 21.994 orang perempuan. Mayoritas dari mereka memeluk agama Islam. Kebanyakan mereka bermata pencaharian di bidang pertanian dan peternakan.

Kecamatan ini memiliki banyak fasilitas umum. Fasilitas keagamaan diantaranya ada 41 masjid, 121 langgar, 7 gereja Kristen, 2 vihara, 1 klenteng, dan 1 gereja Katolik. Sementara untuk fasilitas kesehatan ada 3 puskesmas/pustu, 7 polindes, 62 posyandu, 1 praktek

dokter, 7 praktek bidan, dan 5 toko obat. Ada pula fasilitas pendidikan, yang terdiri dari 27 TK, 33 SD, 6 SMP, dan 1 MA. (Badan Pusat Statistik, 2015).



Gambar 3. Peta Kecamatan wonosari Kab. Malang  
( Badan Pusat Statistik, 2015).

#### **4.2 Profil Usaha dan Struktur Populasi Ternak**

Usaha kambing PE di Kecamatan Wonosari cukup banyak ditekuni oleh masyarakat sekitar, selain kondisi iklim yang mendukung usaha kambing memiliki peluang usaha disebabkan permintaan kambing yang terus meningkat setiap tahunnya. Rata-rata masyarakat di Kecamatan Wonosari memiliki ternak kambing dengan status kepemilikan sendiri dengan lama usaha sekitar 10 tahun dengan populasi kambing PE cukup besar mencapai 6372 ekor pada tahun 2016 (Dinas Peternakan Kabupaten Malang, 2016).

Usaha kambing yang dilakukan tidak sepenuhnya menjadi usaha utama tetapi hanya sebatas usaha sampingan, usaha utama adalah pertanian yaitu kopi dan cengkeh, kondisi cuaca yang mendukung menjadikan tanaman dan rumput tumbuh subur selain itu permintaan

kambing dari konsumen selalu meningkat mendekati hari besar Islam yaitu Idul Adha, peternak biasanya memanfaatkan momen tersebut untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual sebagian kambingnya kepada pembeli maupun pengepul di daerah terdekat.

Hasil penelitian menunjukkan pemeliharaan kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang rata-rata bersifat individu dengan rata-rata kepemilikan 14 ekor/keluarga/tahun, peternak biasanya menjual kambing PE kepada blantik dan masyarakat sekitar disaat acara keluarga atau keperluan lainnya, peternak yang menjalani usaha kambing memiliki usia yang berbeda, pelaku usaha kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang rata-rata berusia 41-50 tahun, usia tersebut adalah usia yang dipakai untuk terjun dalam usaha peternakan.

Pendidikan dan lama usia pada peternakan kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang sangat berpengaruh karena akan menentukan jalan suatu usaha dengan baik, salah satunya pendidikan dan lama usaha, adapun lama usaha peternak dalam menjalankan usahanya yaitu rata-rata 1-10 tahun paling banyak ditekuni masyarakat. Tingkat pendidikan akhir masyarakat rata-rata lulusan SD dengan persentase 60% dari total masyarakat yang menekuni usaha kambing PE.

#### **4.2.1 Struktur Populasi Ternak**

Pengembangan agribisnis di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang khususnya kambing PE dapat dijadikan pengembangan sentra usaha komoditas unggulan. Kecamatan Wonosari merupakan salah satu daerah dengan populasi kambing PE cukup tinggi tetapi

belum mampu dimanfaatkan sebagai lahan usaha dan belum adanya sentra peternakan yang memobilisasi terkait pemasaran yang terstruktur dan keuntungan yang merata. Jumlah sampel yang didapat peneliti di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Struktur Populasi Kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang

No	Status Fisiologis	Ekor	ST	%
1	Dewasa			
	Jantan	10	1,4	11,3
	Betina	41	5,74	46,3
2	Muda			
	Jantan	13	0,91	7,34
	Betina	27	1,89	15,25
3	Anak			
	Jantan	45	1,575	12,71
	Betina	25	0,875	7,06
	Total	161	12,39	100

Data Primer diolah (2017)

Hasil penelitian menunjukkan struktur populasi ternak di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang memiliki beberapa manajemen usaha yang dijalankan. Peternak kambing PE di Kecamatan Wonosari memelihara kambing lebih mengarah ke *breeding*, hal ini dapat dilihat dari persentase sebanyak 46,3 % pada kambing dewasa. *Breeding* memiliki tujuan salah satunya mempertahankan populasi kambing menjadi banyak sehingga pada periode Idul Adha kambing bisa dijual dengan harga yang tinggi, selain itu dalam proses pemeliharaan *breeding* tidak

memerlukan banyak modal dan kebutuhan yang tinggi, seperti tidak terlalu banyak membutuhkan pakan khusus untuk menambah berat badan, modal awal murah, kemudian dari segi pemberian pakan kambing dapat diberikan pakan dari lingkungan sekitar dan bisa dilepas. Usaha peternakan kambing bisa dijadikan usaha sampingan tanpa mengganggu keuangan keluarga yang besar.

Sistem perkawinan juga dilakukan secara alami. Para peternak bisa mengawinkan ternaknya tiap tahun, sehingga tiap tahun diperoleh tambahan cempem. Namun, kadang kadang masih terjadi kegagalan kelahiran. Hal ini diduga karena penanganan yang kurang serius dari peternaknya. Oleh karena itu, perawatan ternak bunting sangat perlu diperhatikan agar ternak tersebut tetap sehat sebelum dan setelah melahirkan dengan memperoleh anak anak yang sehat pula.

Peternak memberikan pakan daun nangka (*Artocarpus heterophyllus*) dan kaliandra (*Calliandra haematocephala*) sebagai sumber protein. Sumber rumput tersebut berasal kebun/ladang peternak. Upaya pemeliharaan dilakukan sendiri dan dibantu oleh mantri hewan. Peternak juga sudah memanfaatkan kotoran ternak sebagai pupuk dalam usaha taninya. Pupuk kandang hasil dari kotoran ternak bagi peternak digunakan sendiri untuk lahan rumput yang ditanam sendiri yang berada tidak jauh dari kandang ataupun dijual kepada perkebunan kopi yang berada disekitar Wonosari. Sedangkan cara membersihkan kotoran adalah dengan sapu lidi dan menyemprot dengan selang air, kemudian di salurkan ke lahan rumput.

### **4.3 Pemasaran**

Pengembangan usaha kambing PE mempunyai peluang pasar yang cukup tinggi di Kecamatan Wonosari karena daya dukung kesesuaian iklim dan aksesibilitas ke berbagai daerah konsumen. Tingginya impor daging dalam negeri, sehingga usaha kambing PE menjadi usaha yang memiliki peluang besar dan merupakan pasar yang perlu diperhatikan oleh masyarakat sebagai lahan usaha yang potensial untuk dikembangkan.

Hasil penelitian menunjukkan usaha yang dilakukan oleh masyarakat adalah bertani dan beternak, usaha peternakan yang dilakukan mayoritas beternak kambing PE, masyarakat sudah cukup lama berprofesi sebagai peternak di usaha tersebut, sehingga usaha kambing memiliki pengaruh yang positif untuk meningkatkan kesejahteraan dan menambah nilai ekonomi keluarga.

Pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang memiliki pola rantai pasok dengan melibatkan beberapa lembaga, usaha kambing PE yang dikembangkan masyarakat masih bersifat individu, dan hanya memiliki jaringan sendiri dalam menjalankan usahanya, sehingga usaha tersebut tidak banyak mengalami peningkatan dari segi jumlah populasi ternak maupun segi ekonomi. Adapun dalam perjalanannya banyak kendala yang dihadapi oleh peternak dalam menjalankan usahanya baik dalam pemasaran maupun dalam peningkatan harga yang dijual oleh peternakan. Hal ini sesuai dengan Bulu dkk, (2005) menjelaskan bahwa kendala-kendala yang dihadapi peternak selama ini adalah masyarakat lebih memilih bekerja secara menyendiri. Tidak ada suatu wadah yang bisa digunakan para peternak

untuk memperoleh informasi dan mendapatkan bantuan dalam mengatasi masalah yang mereka hadapi. Termasuk para peternak kambing kesulitan dalam permodalan sehingga sulit mengembangkan usahanya. Selain itu, keterbatasan pengetahuan tentang teknik beternak yang baik juga menjadi hambatan. Padahal usaha pemeliharaan kambing di Indonesia mempunyai prospek yang sangat besar. Masalah permodalan dan keterbatasan pengetahuan bisa ditanggulangi oleh kelembagaan di sektor peternakan dengan cara pembentukan kelompok ternak. Adanya kelompok-kelompok ternak diharapkan mewujudkan peternak yang mandiri dan sejahtera.

Hafsah (2009) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses baik individu maupun kelompok yang terlibat dalam proses tersebut memperoleh produk atau jasa yang mereka butuhkan dan yang diinginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran juga dapat disebut juga sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun kepada pembeli potensial.

Pasar merupakan ruang tempat bekerja kekuatan pembentuk harga dan tempat terjadinya perpindahan hak milik, ruang lingkungannya ditentukan oleh jasa-jasa yang diberikan dan tempat dilaksanakannya berbagai jasa pemasaran seperti *grading*, pengolahan, pengepakan, penyimpanan, dan pengangkutan (Fuad dan Nurlela, 2001).

#### **4.4 Pemasaran Hari Raya Idul Adha**

Permintaan daging kambing setiap tahun selalu ada disebabkan masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam kebutuhan pun semakin tinggi dengan adanya permintaan kambing kurban pada hari raya Idul Adha. Peningkatan konsumsi daging berakibat terhadap permintaan yang tinggi serta belum dapat diimbangi oleh peningkatan produksi. Untuk memenuhi permintaan tersebut dimasa mendatang, salah satu alternatif adalah dengan mengembangkan ternak kambing secara konseptual.

Hasil penelitian menunjukkan pelaksanaan pemasaran pada Idul Adha di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang memiliki perbedaan dengan pemasaran setelah Idul Adha, yaitu pada Idul Adha harga kambing PE mengalami peningkatan disebabkan banyaknya permintaan dari masyarakat yang membeli. Permintaan meningkat disebabkan hari raya Idul Adha masyarakat yang beragama Islam akan membeli untuk dipotong dan rutin dilaksanakan satu tahun sekali, kondisi ini menjadi peluang dan lahan usaha yang baik untuk dikembangkan dan dipertahankan oleh masyarakat di sekitar Kecamatan Wonosari.

Pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang memiliki banyak lembaga yang terlibat, lembaga-lembaga tersebut memiliki fungsi yang berbeda namun saling membantu terjadinya pemasaran kambing PE untuk sampai ke konsumen. Pemasaran kambing PE diawali dengan penjualan dari produsen menghubungi blantik untuk melakukan penawaran, kemudian blantik mendatangi produsen untuk melihat



kambing yang akan dijual apakah sesuai standar yang diinginkan atau tidak, jika sudah masuk dalam kriteria maka akan terjadi negosiasi kedua belah pihak hingga akhirnya menemukan kesepakatan harga, penentuan harga jual kambing dilakukan dengan cara menaksir kondisi tubuh, umur dan besarnya kambing, semakin besar kambing maka semakin tinggi harga kambing tersebut. Kambing dibeli dari produsen kemudian blantik membawa kambing tersebut ke rumahnya dengan menggunakan sepeda motor yang telah didesain khusus untuk membawa kambing dalam kotak segi empat dengan kuantitas kambing per kotak 1-4 ekor. Setelah dibawa oleh blantik ke rumahnya biasanya akan dikumpulkan terlebih dahulu dengan kuantitas yang lebih besar dan kemudian dijual ke lembaga lain atau langsung pembeli yang datang ke blantik membeli untuk keperluan acara-acara lain.

Permintaan kambing PE pada hari raya Idul Adha selalu meningkat. Hal ini diperkuat dengan pendapat Djajanegara (2008) yang menyatakan bahwa dalam kondisi masyarakat Indonesia (populasi 220 juta) dengan 90% beragama Islam, maka bagi yang mampu menjadi kewajiban untuk melaksanakan 'Akikah (syukuran kelahiran - sampai hari ke 7 setelah kelahiran) yang untuk kelahiran anak laki-laki disyaratkan 2 kambing dan bagi kelahiran anak perempuan cukup satu (1) kambing. Bagi petani maka ternak yang dipelihara sendiri secara otomatis akan dikurbankan untuk syukuran. Selanjutnya dalam pengamanan budaya hari raya Qurban (Idul Adha) peluang bagi petani menjual kambing juga besar yang umumnya kambing dipelihara sampai umur lebih satu (1) tahun untuk dijual menjelang Idul Adha.

#### **4.5 Karakteristik Responden Penelitian**

Karakteristik responden penelitian yang diambil sangat penting dan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap inovasi dalam sebuah usaha peternakan. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah peternakan rakyat yang memiliki ternak sendiri dan terlibat dalam usaha peternakan kambing. Pengambilan data dari responden digunakan sebagai data primer mulai dari peternak, blantik, pedagang pengecer yang berada di pasar hewan. Indikator yang digunakan yaitu : usia, tingkat pendidikan akhir, lama usaha dan jenis kelamin. Indikator menggambarkan keragaman sumber daya manusia dalam usaha bidang peternakan yang terlibat sebagai produsen, maupun pedagang/lembaga pemasaran yang berfungsi dalam membantu aktifitas usaha mulai dari produsen sampai kepada konsumen akhir.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa karakteristik dari responden yang beragam dan akan berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Karakteristik responden dijelaskan dalam bentuk gambar pada masing-masing profil sebagai berikut :

##### **4.5.1 Responden Peternak Rakyat (Produsen)**

Peternakan kambing di Kecamatan Wonosari memiliki populasi rata-rata 20758 ekor. Peternak kambing berperan sebagai pemasok dan semua harga nantinya akan terpatok pada produsen kambing PE. Secara umum kambing PE yang dijual kepada balantik datang ke lokasi peternakan kemudian dijual kembali kepada pedagang pengecer dan diedarkan di pasar

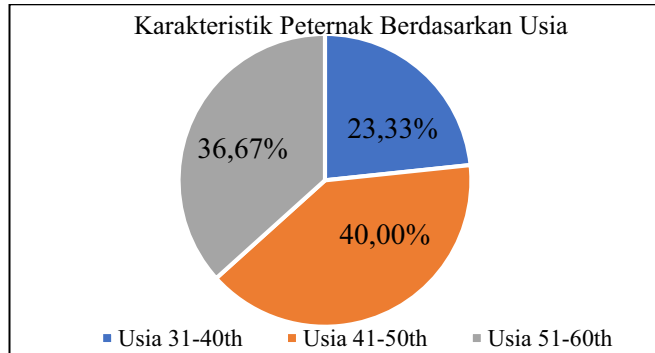
hewan, sehingga transportasi untuk pengambilan kambing PE ditanggung oleh pedagang.

Usaha yang dilakukan oleh peternak dengan usia 50 tahun cenderung sederhana dari segi pemeliharaan, seperti pemberian pakan, kontrol kesehatan, perkembangbiakan, kebersihan dan lainnya. Kondisi ini disebabkan tenaga yang sudah berkurang. Pemeliharaan kandang bersifat tradisional yaitu kandang ditempatkan di dekat rumah dibelakang dekat dapur, kondisi kandang mudah lembab karena kurangnya sinar matahari, jumlah ternak yang dimiliki tidak terlalu banyak sekitar 4-6 ekor.

Keberhasilan usaha peternakan ditentukan oleh banyak faktor salah satunya karakteristik peternak. Karakteristik peternak dapat dilihat dari latar belakang peternak tersebut, hal perlu diamati meliputi usia, jenis kelamin peternak, tingkat pendidikan akhir dan lama usaha.

#### **4.5.1.1 Karakteristik Peternak Berdasarkan Usia**

Usia merupakan salah satu faktor penting yang menentukan peternak dalam mengambil keputusan dalam sebuah usaha. Usia yang lebih dewasa biasanya mampu dan akan lebih matang dalam menjalankan usahanya. Usia pun akan berpengaruh terhadap kinerja dari peternak dalam melakukan pemasaran, semakin tinggi usia maka semakin sedikit pekerjaan yang dilakukan disebabkan tenaga yang sudah berkurang. Adapun usia peternak berdasarkan persentase dapat dilihat pada Gambar 4.



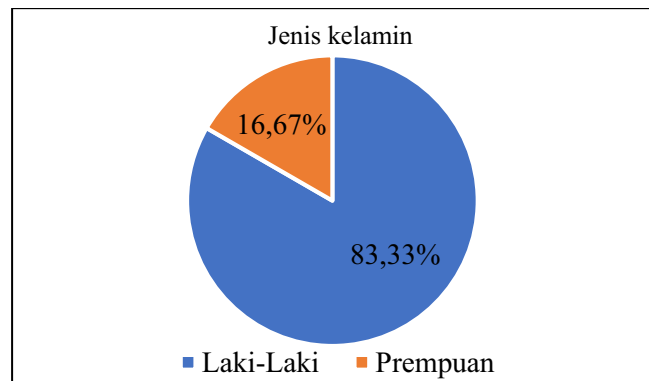
Gambar 4. Karakteristik peternak rakyat berdasarkan usia

Kriteria responden berdasarkan usia dibagi menjadi tiga kategori lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 1) yaitu peternak berusia 31-40 tahun sebanyak 23,33%. Peternak usia 41-50 sebanyak 40,00 % dan peternak usia 51-60 sebanyak 36,67 % peternak yang berusia 41-50 merupakan usia produktif dan lebih matang dalam menjalankan usahanya. Selain itu usia yang matang akan tepat dalam mengambil keputusan disebabkan banyaknya pengalaman dan kedewasaan dalam memajemen sebuah usaha. Data diatas menunjukkan mayoritas masyarakat yang terlibat dalam usaha kambing PE adalah masyarakat yang sudah berkeluarga dan berprofesi sebagai petani, sedangkan usaha kambing dijadikan sebagai usaha sampingan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi jika sewaktu-waktu dibutuhkan. Sebaiknya peternak menjadikan usaha kambing sebagai usaha utama dengan melihat prospek yang baik di pasaran, usia yang matang

mendukung usaha untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi.

#### 4.5.1.2 Karakteristik Peternak Berdasarkan Jenis Kelamin

Faktor jenis kelamin seseorang dapat mempengaruhi dalam menentukan jenis pekerjaan yang akan mereka ambil. Selain itu produktifitas kinerja seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, pada umumnya laki-laki mampu bekerja lebih produktif dibandingkan dengan perempuan, karena faktor fisik yang sangat berbeda antara laki-laki dengan perempuan. Jenis kelamin peternak yang ada di Kecamatan Wonosari dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Karakteristik peternak rakyat berdasarkan jenis kelamin

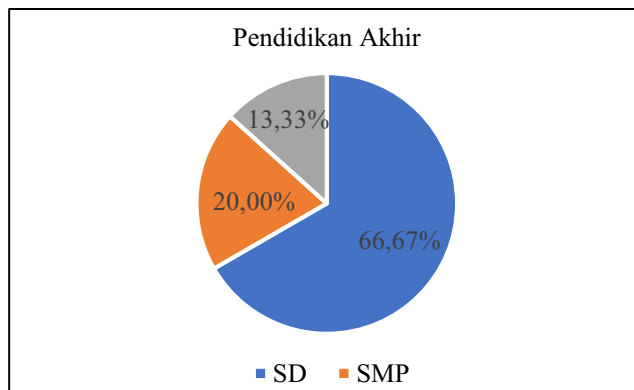
Responden peternak di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang paling banyak berjenis kelamin laki-laki yaitu (83,33%) seperti terlihat pada lampiran

1) hal ini disebabkan laki-laki merupakan kepala keluarga yang memiliki tanggung jawab tinggi dalam memenuhi kebutuhan hidup dan menjamin keberlangsungan hidup sebuah keluarga, sedangkan perempuan bertindak secara tidak langsung dalam usaha ternak, kaum perempuan beternak didasari berbagai macam faktor diantaranya adalah meneruskan usaha keluarga yang diwariskan kepada keturunannya, meneruskan usaha yang ditinggalkan oleh suaminya karena meninggal dunia. Perempuan yang melakukan usaha ini hanya mengikuti usaha suaminya sebagai tenaga kerja dalam keluarga. Seorang lelaki mampu menjalankan aktifitas sebuah usaha dengan baik dan lebih produktif dibandingkan perempuan karena lelaki memiliki tenaga yang lebih besar sehingga tidak banyak kendala dalam menjalankan usaha yang dijalankan. Di Kecamatan Wonosari pekerjaan yang dilakukan oleh perempuan adalah dengan bertani di kebun sampai siang hari, sedangkan laki-laki melanjutkan dengan mencari rumput atau melepas kambing ke kebun sampai sore. Usaha yang dilakukan peternak sebaiknya memperhatikan tatalaksana pemeliharaan setiap hari, karena tenaga yang kuat akan menghasilkan kinerja yang baik jika dimaksimalkan untuk usaha yang di manajemen dengan teratur.

#### **4.5.1.3 Karakteristik Peternak Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir**

Pendidikan merupakan sebuah indikator yang berpengaruh dalam menentukan keberhasilan dalam mengelola usaha yang dijalankan. Tingkat pendidikan

yang tinggi mampu mengembangkan pemikiran yang lebih kreatif dan wawasan yang luas. Berbeda dengan seseorang yang memiliki pendidikan rendah cenderung memiliki sifat tradisional bergantung pada pengalaman keterampilan dalam mengembangkan usahanya, sehingga kurang dalam menerima informasi terkait dengan inovasi baru. Tingkat pendidikan responden diukur melalui tingkat pendidikan formal yang pernah dilalui dengan tingkat pendidikan peternak dapat dilihat pada Gambar 6.



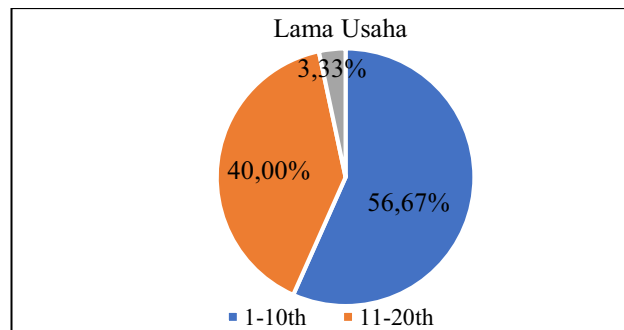
Gambar 6. Karakteristik peternak rakyat berdasarkan pendidikan akhir

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa responden peternak paling banyak lulusan SD dengan persentase sebesar 66,67%. Persentase ini menunjukkan rata-rata lulusan pendidikan hanya sampai SD (Sekolah Dasar) seperti pada lampiran 1) hal ini menunjukkan bahwa peternak rakyat masih belum mampu menerima informasi baru berkaitan

dengan usaha ternak yang baik, saat ini peternak hanya mengacu pada kondisi tradisional dan belum sampai pada tahap usaha modern. Kepemilikan ternak kambing di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang mayoritas masih bersifat individu, teknologi yang menunjang. Usaha masih sederhana mulai dari pemeliharaan dan penjualan. Hal ini mengakibatkan lambatnya perkembangan usaha peternakan di Kecamatan tersebut. Inovasi yang minim menjadikan peternak masih terpaku pada cara alternatif yang sederhana dalam mengembangkan usahanya.

#### 4.5.1.4 Karakteristik Peternak Berdasarkan Lama Usaha

Pengalaman dalam pekerjaan apapun memberikan pengaruh signifikan dalam menjalankan usaha, orang yang memiliki banyak pengalaman akan lebih bisa memajemen dalam sebuah usaha peternakan. Karakteristik responden peternak berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Karakteristik peternak rakyat berdasarkan lama usaha



Peternak kambing PE di Kecamatan Wonosari mayoritas memiliki lama usaha 1-10 tahun dengan persentase sebesar 56,67% dapat dilihat pada lampiran 1. Pengalaman dalam usaha peternakan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Semakin lama seseorang mengelola suatu usaha maka semakin luas pengalaman yang dimiliki dan semakin besar kemampuannya dalam mengelola usaha yang dijalankan. Lama pengalaman usaha dapat diukur sejak peternak memulai usaha dengan mandiri memulai usaha ternaknya sampai diadakan penelitian. Peternak di Kecamatan Wonosari memiliki pengalaman beternak cukup lama memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan peternak yang baru saja menekuni usaha peternakannya. Peternak yang sudah lama menjalani usaha lebih berhati-hati dalam mengambil sebuah keputusan, seperti penentuan harga jual, proses pemasaran dan analisis keuntungan lebih diperhatikan.

#### **4.5.2 Responden Blantik**

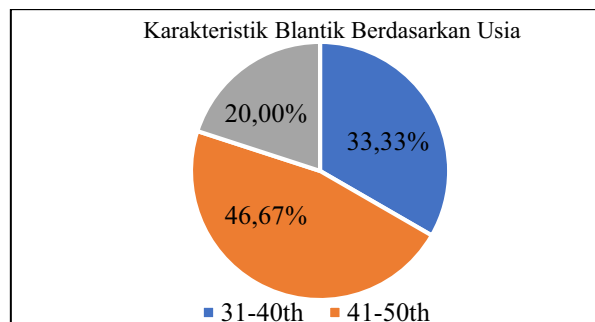
Blantik adalah pedagang yang mendapatkan kambing PE dari peternakan rakyat dan menjualnya kembali kepada masyarakat ataupun sampai ke luar daerah, blantik berperan sebagai perantara pemasaran dari pihak produsen (peternak rakyat). Blantik mengambil langsung ternak kambing dari peternak langganannya dan menjual kembali ke pasar hewan atau ke luar daerah yang sudah bekerjasama dalam usaha tersebut. Blantik mengambil langsung dari peternak dengan menggunakan kendaraan pribadi,

peternak hanya menghubungi melalui telepon ataupun sms, maka blantik akan datang untuk mengambil kambing yang akan dijual oleh peternak.

Karakteristik blantik sangat berperan dalam menjalankan usahanya, karakteristik menggambarkan tingkat kemampuan dari masing-masing blantik. Karakteristik yang perlu diamati meliputi usia, tingkat pendidikan akhir, jenis kelamin dan lama usaha.

#### 4.5.2.1 Karakteristik Blantik Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor penentu dalam melakukan pejualan karena membutuhkan kemampuan fisik dan tenaga yang cukup besar serta cara berfikir dalam mengelola usahanya. Karakteristik blantik dapat dilihat pada Gambar 8.



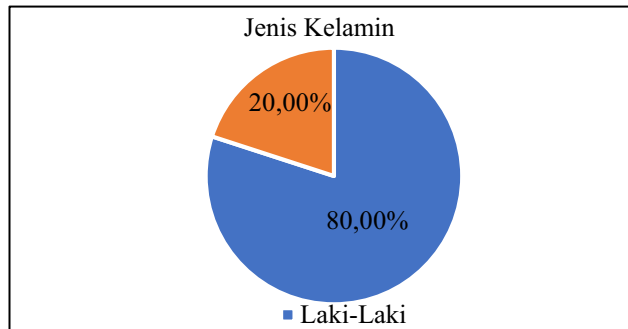
Gambar 8. Karakteristik blantik berdasarkan usia.

Responden blantik di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang paling banyak berusia 41-50 tahun dengan persentase sebesar 46.67% (seperti dapat dilihat pada lampiran 2.) pedagang dengan usia produktif akan lebih cepat menerima dan merespon

informasi yang sedang berada di masyarakat, dapat merespon dengan baik terhadap hal-hal baru serta lebih berani dalam mengambil resiko kegagalan dalam usaha yang dijalankan tetapi minim dari pengalaman. Usia diatas 50 akan lebih matang dalam mengambil suatu keputusan dan lebih berhati-hati dalam usaha tetapi minim dari kondisi fisik atau tenaga karena kreatifitas yang dilakukan akan lebih sedikit dibandingkan dengan usia yang masih produktif.

#### **4.5.2.2 Karakteristik Blantik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin seseorang akan menentukan kualitas dan perkembangan suatu usaha yang dijalankan. Laki-laki dan perempuan memiliki pekerjaan sesuai dengan kebutuhannya. Perdagangan kambing PE perempuan jarang ditemukan, rata-rata mereka mengikuti usaha yang dijalankan oleh suaminya dalam usaha keluarga, karena usaha ini mengurus tenaga yang lebih besar yang hanya bisa dilakukan oleh tenaga laki-laki. Karakteristik blantik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 9.



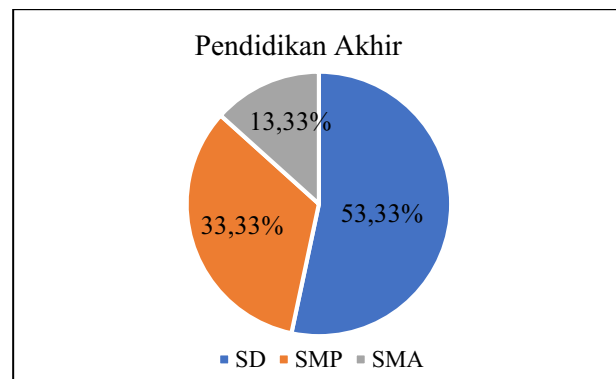
Gambar 9. Karakteristik peternak blantik berdasarkan Jenis kelamin

Responden blantik dalam pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang paling banyak bejenis kelamin laki-laki dengan persentase 80,00% (seperti terlihat pada lampiran 2.) jenis kelamin sangat menentukan usaha peternakan yang dijalankan, usaha tersebut memerlukan peranan fisik yang banyak, mulai dari pembuatan kandang, mencari pakan sampai penjualan membutuhkan tenaga yang besar, sehingga jenis kelamin perempuan akan memiliki banyak kesulitan jika terjun dalam usaha peternakan kambing PE.

Di Kecamatan Wonosari perempuan lebih sibuk dalam menjalankan kegiatan rumah tangga dan bertani, pekerjaan perempuan hanya setengah hari yaitu mulai pukul 07.00 sampai pukul 11.45 WIB, setelah dzuhur perempuan akan kembali ke rumah sedangkan lelaki akan melanjutkan dengan mencari rumput dan mengembala kambing sampai sore.

#### 4.5.2.3 Karakteristik Blantik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir

Tingkat pendidikan akhir blantik berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Semakin tinggi pendidikan akhir maka semakin banyak inovasi yang dihasilkan, begitupun semakin rendah pendidikan akhir maka sedikit inovasi yang dihasilkan dalam usaha peternakan yang dijalankan. Karakteristik blantik berdasarkan tingkat pendidikan akhir dapat dilihat pada Gambar 10.



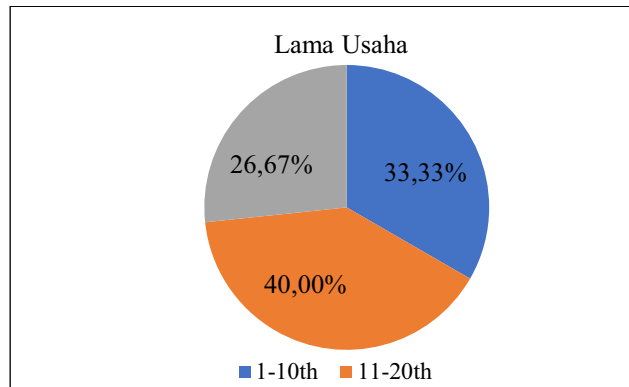
Gambar 10. Karakteristik blantik berdasarkan pendidikan akhir

Responden blantik di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang paling banyak yaitu SD dengan persentase 53,33% (seperti dapat dilihat pada lampiran 2.) Tingkat pendidikan blantik menunjukkan salah satu indikator yang dapat menyebabkan usaha kambing PE tidak mengalami perkembangan, disebabkan tingkat wawasan dan kreativitas yang kurang, tetapi karena jaringan usaha yang luas menjadikan blantik lebih

kreatif dalam memasarkan kambing dibandingkan peternak rakyat, misalnya penyebaran tempat penjualan di berbagai daerah, blantik mempunyai informasi tempat penjualan kambing yang strategis dengan permintaan kambing yang banyak, selain itu mampu bekerjasama dengan pihak pembeli untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Blantik biasanya memasarkan kambing tidak hanya di Kecamatan Wonosari saja tetapi memiliki banyak opsi lokasi usaha yang dijadikan lahan untuk melakukan transaksi, seperti pasar hewan wagir, pasar sumber pucung dan singosari serta luar daerah.

#### **4.5.2.4 Karakteristik Blantik Berdasarkan Berdasarkan Lama Usaha**

Faktor pengalaman kerja merupakan bagian indikator yang memberikan pengaruh penting dalam usaha yang berkaitan dengan kemampuan dalam menjalankan pekerjaan. Pengalaman kerja seseorang dapat dilihat dari lamanya seseorang terjun dalam usaha tersebut. karakteristik blantik berdasarkan lama usaha dapat di lihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Karakteristik blantik berdasarkan lama usaha.

Responden blantik yang ada di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang mayoritas memiliki pengalaman usaha 11-20 tahun dengan persentase sebesar 40% (seperti dapat dilihat pada lampiran 2). Data tersebut menunjukkan bahwa blantik telah lama memulai usaha kambing PE. Sebagian besar melakukan pemeliharaan kambing dengan skala yang masih sedikit karena modal dan minimnya informasi yang diperoleh.

Pengalaman usaha yang dimiliki blantik menjadi nilai lebih untuk mendapatkan keuntungan dan peningkatan populasi kambing yang dimilikinya, usaha yang dijalankan pun tergolong mengalami peningkatan dengan bertambahnya permintaan dari masyarakat sekitar.

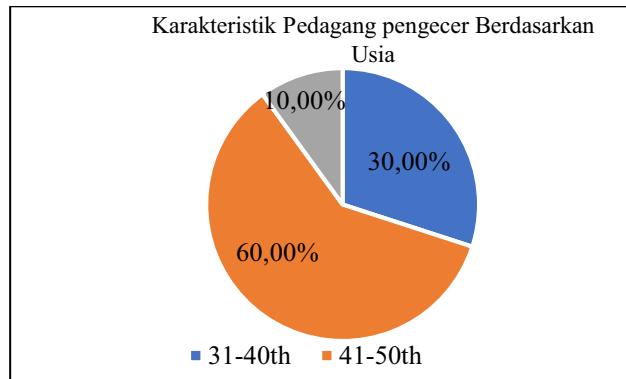
### **4.5.3 Responden Pedagang Pengecer (Pedagang Pasar)**

Pedagang pengecer (*retail*) merupakan mata rantai terakhir dalam rantai pasok kambing PE. Pedagang pengecer memegang peran penting dalam melakukan penjualan suatu produk, serta dalam memberikan pelayanan kepada konsumen secara langsung. Peran pengecer (*retail*) lebih kompleks apabila dibandingkan dengan blantik. Pengecer harus bisa menjaga hubungan baik dengan pemasok (blantik), pengecer merupakan perantara dalam rantai pasok yang masih bersifat tradisional. Pengecer mendapatkan barang dari produsen kemudian menjualnya kepada konsumen. Karakteristik pedagang pedagang pengecer dapat diamati dengan melihat latar belakang pedagang tersebut, meliputi usia, pendidikan akhir, lama usaha, dan jenis kelamin.

#### **4.5.3.1 Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Usia**

Umur seseorang merupakan salah satu indikator yang berpengaruh terhadap kemampuan fisik dan juga pengalaman dalam menjalankan usaha, umur lebih muda cenderung akan memiliki tenaga yang lebih dibandingkan dengan usianya yang lebih tua. persentase pedagang pengecer dengan kriteria pengelompokan usia mulai 30 hingga 60 tahun dapat dilihat pada Gambar 12.





Gambar 12. Karakteristik pedagang pengecer berdasarkan usia

Responden pedagang pengecer pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang mayoritas berusia 30-50 tahun dengan persentase sekitar 60,00% (seperti pada lampiran 3). Usia tersebut seseorang berada pada usia produktif dalam melakukan pekerjaan. Produktifitas kerja seseorang mengalami peningkatan sesuai dengan bertambahnya usia kemudian akan menurun kembali menjelang usia tua. Umur seorang pengusaha akan berpengaruh terhadap produktifitas dan berkembang atau tidaknya suatu usaha. Karena usia akan berpengaruh terhadap pola pikir dan pola sikap serta pola manajemen yang dijalankan yang akan menentukan keberlangsungan suatu usaha.

#### **4.5.3.2 Karakteristik pedagang pengecer**

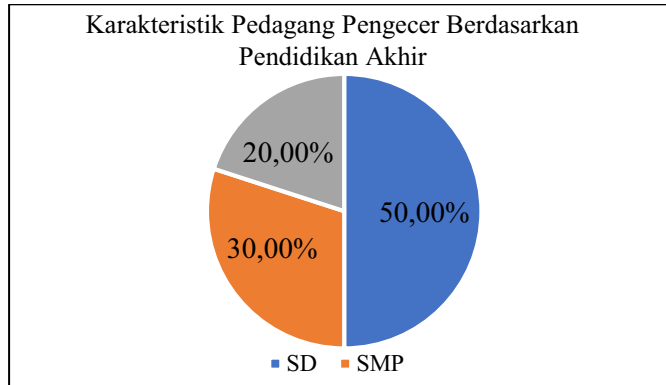
##### **Berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin seseorang dapat menentukan pekerjaan yang sedang dijalankan. Jenis kelamin juga berpengaruh terhadap setiap keputusan yang diambil seseorang, salah satunya adalah dalam pengadaan modal di sebuah usaha. Hal ini karena dalam usaha peternakan usaha kambing PE membutuhkan tenaga dan kondisi fisik yang lebih. pada umumnya laki-laki lebih bekerja daripada kaum perempuan, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi kaum perempuan untuk mampu melakukannya. Penelitian yang dilakukan hampir semua pelaku pedagang pengecer adalah laki-laki karena usaha ini memiliki banyak tenaga yang hanya bisa dilakukan kaum laki-laki.

#### **4.5.3.3 Karakteristik Pedagang Pengecer**

##### **Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir**

Faktor yang menyebabkan seorang wirausaha berbeda dalam hal menerima inovasi salah satu adalah tingkat pendidikan. Pendidikan yang tinggi dapat menyerap inovasi dan berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan, pedagang pengecer tersebut akan terampil dalam memasarkan kambing PE yang dijualnya dan menciptakan hal-hal baru yang dapat memudahkan dalam memasarkan usahanya. Persentase tingkat pendidikan akhir responden pedagang pengecer dapat dilihat pada Gambar 13.



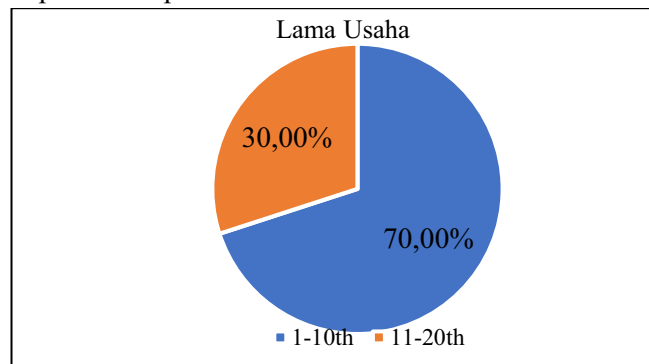
Gambar 13. Karakteristik pedagang pengecer berdasarkan tingkat pendidikan akhir

Responden pedagang pengecer sebagian besar tingkat pendidikan akhirnya adalah SD dengan persentase 50% (seperti terlihat pada lampiran 3) rendahnya pendidikan pengecer menyebabkan usaha pemasaran kambing PE tidak dapat berkembang, karena pedagang pengecer kurang membaca peluang di pasaran akibat kurangnya kreatifitas serta belum mampu membaca informasi pasar dan menjual barang ke daerah lain yang membutuhkan.

#### 4.5.3.4 Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Lama Usaha

Lama usaha menentukan pengalaman yang didapatkan pedagang pengecer, banyaknya pengalaman yang didapatkan akan berpengaruh terhadap usaha yang di jalanakan, sehingga pedagang akan lebih berhati-hati dan mampu menganalisa kemungkinan-kemungkinan yang terjadi serta mampu

mengambil keputusan yang tepat ketika usaha mengalami masalah. Pengetahuan tentang usaha kambing PE merupakan faktor penentu keberhasilan usaha, apabila seseorang telah lama menekuni usahanya maka pengetahuan berupa pengalamannya akan bertambah dan pedagang tersebut akan lebih memahami kapan dia rugi dan kapan dia untung. Pengecer akan mampu melihat peluang pasar. Persentase lama usaha pedagang pengecer kambing PE dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Karakteristik pedagang pengecer berdasarkan lama usaha

Responden pedagang pengecer dengan persentase lama usaha di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang paling tinggi dengan persentase sebesar 70% dengan pengalaman usaha selama 1-10 tahun (seperti terlihat pada lampiran 1). Gambar tersebut menunjukkan bahwa pedagang pengecer telah lama memulai usaha penjualan kambing PE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lama usaha dipengaruhi oleh modal yang terbatas dan tidak

mampu menambah modal usaha sebab laba yang didapatkan dibagi dua yaitu keluarga dan usaha. Selain itu kuantitas dari kambing masih terbatas peternak rata-rata menjual kambing sebanyak 10-12 ekor per tahun.

#### **4.6 Pemasaran Kambing PE**

Berdasarkan hasil penelitian di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang, proses pemasaran kambing PE yang dilakukan oleh produsen (peternak rakyat) yaitu dengan menghubungi pedagang langganan yang bisa membeli kambing PE, peternak memiliki mitra kerja yaitu blantik yang sudah saling mempercayai dalam usaha tersebut. Blantik akan mendatangi peternak untuk melihat kondisi kambing PE yang akan dijual apakah sesuai dengan standar yang diinginkan blantik, jika standar tersebut sudah terpenuhi maka terjadi penawaran harga antara peternak rakyat dan blantik sampai ditemukan kesepakatan antara dua belah pihak, masyarakat biasanya menyebut dengan blantik.

Blantik datang ke peternak dengan menggunakan sepeda motor yang sudah dilengkapi dengan bak berbentuk segi empat yang sudah didesain untuk mengangkut kambing dengan kapasitas 2-4 ekor kambing dengan cara dibaringkan dan diikat kemudian kambing tersebut dijual ke pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan kepada masyarakat yang sudah memesan. Selain itu pemasaran dilakukan ke lembaga-lembaga dan rumah makan adapun rantai pasok terjauh bisa sampai ke luar kota dan provinsi.

#### **4.7 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang menjalankan kegiatan pemasaran. Menyalurkan jasa dan barang dari produsen ke konsumen serta mempunyai hubungan dengan badan usaha lainnya. Menurut Kamaludin (2008) menjelaskan bahwa lembaga pemasaran muncul karena adanya keinginan dari konsumen untuk memperoleh komoditi yang seseuai dengan waktu (*time utility*) tempat (*place utility*) dan bentuk (*form utility*). Lembaga pemasaran memiliki wewenang dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen dengan baik dan semaksimal mungkin. Upah yang diterima lembaga dari fungsi-fungsi yang telah dilaksanakan. Lembaga pemasaran adalah *margin* pemasaran (yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan). Bagian balas jasa bagi lembaga pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari aktifitas pemasaran. Lembaga pemasaran merupakan pelaku yang berfungsi menjalankan aktifitas pemasaran yang berkaitan dengan pemasaran kambing PE, pelaku tersebut memiliki peran antara lain, memasarkan, mempromosikan barang yang akan dijual.

Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa lembaga pemasaran yang berkaitan dengan usaha kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang, fungsinya untuk mendistribusikan kambing PE yang dipasarkan hingga sampai konsumen akhir, lembaga pemasaran yang peneliti temukan diantaranya :

##### **4.7.1 Peternak Produsen (Rakyat)**

Peternak rakyat adalah lembaga yang berperan sebagai produsen yang memproduksi kambing PE

yang dijual ke konsumen, proses pemasaran yang dilakukan oleh produsen membutuhkan peranan lembaga pemasaran untuk mendistribusikan produk dari usahanya sampai ke konsumen akhir. Rantai pasok pemasaran yang terlalu panjang akan berpengaruh terhadap *margin* harga. Apabila lembaga yang berkaitan dalam proses pemasaran terlalu panjang akan berpengaruh terhadap biaya yang semakin tinggi dan harga dari peternak (*farmer share*) semakin rendah, karena setiap lembaga akan memerlukan biaya, seperti tenaga kerja, transportasi maupun komisi bagi penyalur yang berperan. Penambahan biaya tersebut akan dibebankan kepada konsumen dengan harga kambing PE yang lebih tinggi.

Sistem pemeliharaan ternak kambing PE peternak rakyat dilakukan dengan cara dikandangkan dan digembalakan. Kandang yang digunakan model panggung karena lebih mudah dibersihkan dan sirkulasi udara didalam kandang lebih baik. Luas kandang adalah 4,5 meter dengan empat sekat, sehingga rata-rata tiap sekat luasnya adalah 1,125 x 1 meter. Cara ini memudahkan mengatur pemberian pakan dan menghindari kemungkinan perkawinan sedarah.

Peternak membangun kandang kambing persis di belakang rumah, dengan jarak antara kandang bangunan rumah tempat tinggal yaitu tiga meter. Posisi kandang seperti ini menyebabkan kandang menjadi lembab, karena kurang mendapat sinar matahari. Desain dan konstruksi kandang peternak rakyat cukup

sederhana dengan menggunakan bahan yang tidak terlalu mahal namun tetap nyaman untuk tempat tinggal ternak. Kandang dibuat dengan satu pintu, sehingga untuk keluar masuknya ternak, tiap ruangan satu sama lain dihubungkan dengan pintu yang dibuat pada dinding sekat. Model ini kelemahannya lebih sulit dalam mengatur keluar masuknya ternak. Atap kandang dibuat dari plastik terpal dan genting. Bahan atap seperti ini cukup nyaman bagi ternak, namun kekurangannya adalah mudah rusak. Dinding dan lantai terbuat dari bambu. Tempat pakan diletakkan diluar kandang yang menempel di sisi kandang, sehingga ternak bisa mengambil pakannya. Tempat minum yang biasa digunakan adalah ember plastik. Sumber air berasal dari sumur yang letaknya tidak jauh dari kandang.

Sistem perkawinan yang dilakukan berupa kawin alami dan tidak pernah melakukan perkawinan dengan menerapkan inseminasi buatan (IB) disebabkan biaya yang cukup mahal bagi peternak rakyat. Kawin alami adalah kambing penjantan di kawinkan dengan kambing betina yang sedang birahi. Untuk mencegah terjadinya *inbreeding* dilakukan dengan memisahkan kambing dewasa jantan dan betina. Sistem perkawinan seperti ini menuntut adanya pengetahuan peternak dalam mengenali tanda-tanda birahi, sehingga perkawinan dapat dilakukan pada saat yang tepat. Berdasarkan hasil wawancara, rata-rata peternak sudah mengetahui dengan tepat waktunya kambing untuk dikawinkan dan melahirkan. Frekuensi kelahiran cukup tinggi yakni tiga kali kelahiran dalam dua tahun



dengan jumlah per kelahiran umumnya melahirkan dua anak.

Pakan yang diberikan oleh peternak rakyat hanya hijauan berupa rumput lapang salah satunya Rumput bedé (*Brachiaria decumbens*). Rata-rata jumlah pemberian rumput lapang sebanyak 5 kg per ekor per hari, sedangkan dedaunan (daun kacang-kacangan, daun ubi daun nangka, kaliandra dan lain sebagainya) yang diberikan sebanyak 1,5 kilogram per ekor per hari. Sumber pakan diperoleh dari rumput lapangan dan beberapa jenis leguminosa (kacang-kacangan) yang tersebar disekitar tempat tinggal peternak. Pengambilan pakan hijauan ini diambil secara *cut and carry*. Hijauan tidak terlalu tua dan tidak terlalu basah. Hijauan tersebut dilayukan terlebih dahulu selama 2-3 jam terik matahari atau diinapkan sebelum diberikan kepada kambing.

Jenis pakan yang diberikan sebelumnya dilakukan tes secara sederhana, dari beberapa jenis rumput dan daun-daunan yang diberikan jika tidak dimakan oleh kambing berarti tidak disukai oleh kambing dan untuk seterusnya tidak diberikan lagi. Hijauan yang diberikan pada cempe lepas sapih sebanyak 2,5 kilogram per ekor, dedaunan 0,5 kilogram per ekor per hari. Jumlah pemberian pakan yang diberikan tergantung pada kondisi/status ternak tersebut. Frekuensi pemberian pakan dilakukan dua kali sehari yaitu pagi dan sore pada pukul 09.00 dan 17.00WIB.

Penyakit paling banyak menyerang adalah diare/mencret. Diare disebabkan pergantian pakan atau

pola pakan yang salah, faktor cuaca dan kondisi lingkungan. Pengobatan secara tradisional yaitu dengan daun jambu biji karena selain mengandung serat juga mengandung tanin yang dapat menyembuhkan diare pada ternak. Upaya pemeliharaan kesehatan ternak dilakukan sendiri oleh pemilik. Peternak sudah memanfaatkan kotoran ternak sebagai pupuk dalam usaha taninya. Hal ini dikarenakan peternak sudah mengetahui cara pengolahan kotoran ternak walaupun masih sederhana. Pupuk kandang hasil dari kotoran ternak bagi peternak digunakan sendiri untuk lahan pertanian yang dimiliki ataupun dijual kepada perhutani dan perusahaan kebun kopi disekitar kampung. Peternak membersihkan kotoran ternak dengan menggunakan sapu lidi dan menampung kotoran yang langsung jatuh ke kolong kandang ke dalam karung. Pencatatan mengenai manajemen usaha ternaknya belum pernah dilakukan. Peternak ini hanya mengandalkan daya ingatnya.

#### **4.7.2 Blantik (Pengepul)**

Blantik adalah pedagang perantara yang membeli kambing PE dengan jumlah tertentu dengan satuan ekor. Blantik berperan sebagai pengepul sekaligus perantara penyalur produsen ke konsumen akhir. Selain itu blantik berperan sebagai pengepul yang melakukan proses distribusi jika ada pesanan khusus. Istilah blantik biasanya berlaku pada usaha kambing yaitu blantik akan menelusuri dan mencari kambing yang akan dijual oleh masyarakat untuk dijual kembali dengan harga lebih, blantik akan

semakin banyak ketika memasuki hari-hari besar Islam. Selain itu blantik juga berperan sebagai pelaku distribusi, selain dijual ke pedagang pengecer blantik juga menjual sendiri ke pasar ketika permintaan banyak dan harga sedang tinggi atau periode-periode tertentu.

Blantik di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang memiliki lebih dari satu peran dalam proses pemasaran kambing PE bisa menjadi produsen, pemasaran dan pelaku mitra peran blantik biasanya lebih dipercaya oleh masyarakat dan sudah menjadi langganan kepercayaan sehingga peternak tidak mudah beralih mitra usaha ke blantik lain. Dalam proses penjualannya blantik tidak hanya menggunakan satu pasar saja tetapi pasar lain pun dijadikan tempat usaha dengan membagi peran dalam keluarga sendiri sebagai karyawan sehingga proses perputaran usaha akan lebih cepat dan menghasilkan keuntungan.

Investasi awal usaha ternak kambing PE berasal dari modal sendiri pemilik dan pinjaman dari bank. Tenaga kerja dalam pengelolaan ternak rata-rata berjumlah dua orang dengan riwayat pendidikan tamatan SD dan SMU. Pekerja tersebut difasilitasi tempat tinggal yang berada di sekitar kandang ataupun pulang pergi karena jarak antara tempat kerja dan rumah tidak terlalu jauh. Tujuan pemilik menyediakan tempat tinggal yakni untuk memudahkan dalam pengawasan ternaknya dan mencegah kemungkinan terjadinya pencurian ternak. Perkembangan usaha cukup baik, ini ditandai dengan respon permintaan terhadap kambing PE yang selalu meningkat.

Sistem pemeliharaan ternak kambing PE pada blantik dilakukan secara intensif. Kandang berbentuk panggung yang terdiri dari tiga kandang. Kandang dibagi berdasarkan fungsinya yaitu kandang produksi, kandang pembesaran atau penggemukan dan kandang tempat bunting. Kandang produksi adalah kandang yang disediakan khusus untuk dihuni oleh induk produktif dan kambing yang sedang kawin. Rata-rata luas tiap kandang 10 x 8 m dan tiap kandang dibuat beberapa sekat (kotak). Pada kandang produksi dibuat delapan kotak yang terdiri dari enam kotak untuk induk produktif dan dua kotak untuk tempat kambing yang dikawinkan. Kandang pembesaran berisi anak kambing (cempe) yang berumur kurang dari satu tahun. Pada kandang terdiri dari delapan kotak, tetapi dua kotak tidak terisi cempe. Dari enam kotak masing-masing dihuni oleh dua cempe. Kandang tempat kambing bunting ukuran tiap kotak dua kali lebih luas dari kambing dewasa. Kandang terletak di belakang rumah dan dibuat permanen dengan tiang kolong kandang terbuat dari semen cor. Lantai kolong kandang dibuat miring agar limbah kotoran kambing dapat langsung mengalir ke parit atau bak penampungan limbah yang sudah disediakan di sekitar kandang. Tujuan utama pembuatan lantai kolong yang miring agar tercipta kebersihan kandang.

Kandang yang bersih merupakan cara pencegahan serangan penyakit pada ternak. Ruang kandang dibuat dengan lorong (gang). Lorong dibuat di tengah dengan ruangan di samping kiri dan kanan, biasanya lorong ini dipakai sementara untuk ternak (terutama ternak

sapihan dan proses pemerahan). Dengan model lorong ini, ada beberapa keuntungan yang bisa diperoleh yaitu pintu keluar kandang cukup satu, keluar masuknya ternak lebih mudah diatur, dan membersihkan kandang lebih mudah. Lantai terbuat dari kayu agar memudahkan bagi ternak untuk berpijak. Jarak antar kayu atau potongan bambu tidak lebih besar daripada kaki kambing, dibuat rata, datar, tidak licin, tidak terlalu keras dan tajam. Hal ini bertujuan agar kotoran mudah jatuh ke kolong kandang, namun kaki ternak tidak masuk terjepit di sela-sela lantai atau kaki kambing terperosok yang bisa berakibat fatal bagi kelangsungan hidup kambing.

Tempat pakan (palungan) terbuat dari kayu papan. tempat pakan diletakkan diluar kandang yang menempel di sisi kandang, sehingga ternak bisa mengambil pakannya, dan dibuat beberapa lubang di beberapa dinding kandang yang berukuran 20 x 30 cm (cukup untuk keluar masuk kepala dan leher kambing). Alasannya adalah memudahkan dalam memberikan pakan dan membersihkan sisa-sisa pakan yang tidak dikonsumsi, juga mengkondisikan sirkulasi udara. Tempat minum yang biasa digunakan adalah ember plastik yang disimpan didalam kandang agar ternak mudah pada saat memerlukannya. Selain itu, dapat mempermudah peternak saat akan mengambil, membersihkan dan mengisi air kembali.

Air yang diperuntukkan untuk air minum dan membersihkan kandang berasal dari sumber air yang berbeda. Sumber air untuk membersihkan kandang dan memandikan kandang berasal dari sungai. Air

minum berasal dari sumber yang lebih bersih yaitu sumur pompa atau mata air. Air yang digunakan bukan air sumur murni melainkan air yang dicampur dengan garam, hal ini dilakukan agar nafsu makan kambing meningkat. Sumber air untuk menyiram hijauan pakan berasal dari air sumur dan air sungai.

Sistem perkawinan tidak melakukan perkawinan dengan menerapkan Inseminasi Buatan (IB). Belum diketahuinya teknologi Inseminasi Buatan (IB) oleh blantik menyebabkan tidak teraturnya proses perkawinan pada kambing. Blantik menganggap dengan menggunakan teknologi IB akan menambah beban biaya dan juga untuk memanfaatkan kambing jantan yang berlebih. Meskipun begitu, ternak kambing yang dipelihara tetap menghasilkan anak. Hal ini merupakan kelebihan dari jenis kambing PE dalam keadaan fertilitas yang baik, kambing betina mampu menghasilkan anak kambing setiap tahun pada keadaan yang baik. Pakan yang diberikan sama dengan usaha lainnya, terdiri dari rumput, dedaunan, konsentrat. Sebagai sumber energi, ternak diberi rumput gajah dan rumput lapang sebanyak 4,5 kilogram per ekor per hari. Cara pemberiannya dengan cara disabitkan (*cut and carry*).

#### **4.7.3 Pedagang Pengecer (*Retailer*)**

Pedagang pengecer adalah pedang perantara terakhir dalam mata rantai usaha kambing PE dari blantik dan pedagang produsen (peternak rakyat) yang kemudian di jual kepada konsumen akhir dengan jumlah satuan ekor. Nilai *margin* akan terus

bertambah jika rantai pasok pemasaran terus bertambah dan konsumen akan dirugikan berupa harga yang mahal. Selain itu pedagang pengecer akan mengalami kerugian apabila kambing PE dipelihara dalam waktu lama, karena penyusutan pakan, penyusutan bobot badan dan sebagainya.

Pedagang pengecer dalam usahanya hanya mengambil sedikit peran dalam pemasaran kambing PE mengingat keuntungan yang di ambil tidak terlalu besar hanya mengambil sedikit minimal memiliki pekerjaan, usaha menjadi pedagang pengecer ini sangat sedikit yang ditekuni masyarakat.

Pedagang pengecer di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang mayoritas bekerja sebagai petani, usaha menjadi pedagang pengecer dilakukan dengan melihat permintaan pasar, peternak mendatangi blantik di sekitar Kecamatan Wonosari di desa kebobang, sumberdem dan lainnya untuk membeli kambing dan kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi, pedagang pengecer menghubungi blantik terlebih dahulu untuk menanyakan stok kambing kemudian dijual kembali kepada masyarakat yang membutuhkan, beberapa pedagang pengecer hanya membeli disaat ada permintaan dari konsumen, mengefisienkan biaya juga mengambil keuntungan yang lebih.

#### **4.7.4 Konsumen**

Konsumen merupakan membeli kambing PE dari blantik dan pengecer dengan satuan ekor. Hasil penelitian menunjukkan pembeli adalah masyarakat

sekitar Wonosari dan Kabupaten Malang. Permintaan kambing PE cukup tinggi, mengingat banyak masyarakat membeli untuk acara-acara besar Islam maupun acara keluarga, selain itu harga daging kambing saat ini cukup terjangkau. Kambing PE merupakan salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan protein hewani, di sisi lain daging sapi yang saat ini mengalami kenaikan harga. Kambing PE cukup diminati oleh masyarakat selain harga yang terjangkau juga faktor sosial dan keagamaan mendorong tingginya permintaan kambing PE seperti untuk Aqiqah, hari raya Idul Adha dan sebagainya. Selain itu permintaan tetap biasanya dari rumah makan dan penjual sate dengan skala yang cukup besar. Dengan demikian peluang pasar dan kebutuhan kambing PE akan selalu meningkat mengingat daging kambing sudah menjadi suatu budaya dalam masyarakat berkaitan acara-acara keluarga.

Hasil penelitian menunjukkan konsumen di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang cukup banyak, dan mayoritas pemasaran kambing PE dibeli oleh rumah makan dan masyarakat yang akan mengadakan acara keluarga. Konsumen yang membeli bermacam-macam mulai dari masyarakat biasa sampai dengan pejabat dinas pun banyak yang memesan. Konsumen biasanya akan membeli ke pasar tradisional di pasar hewan Wagir buka setiap hari Rabu dan Sabtu pukul 06.30 sampai pukul 11.30 WIB, konsumen mendatangi pasar dan melihat kambing yang disukai kemudian dibeli untuk keperluan keluarga.



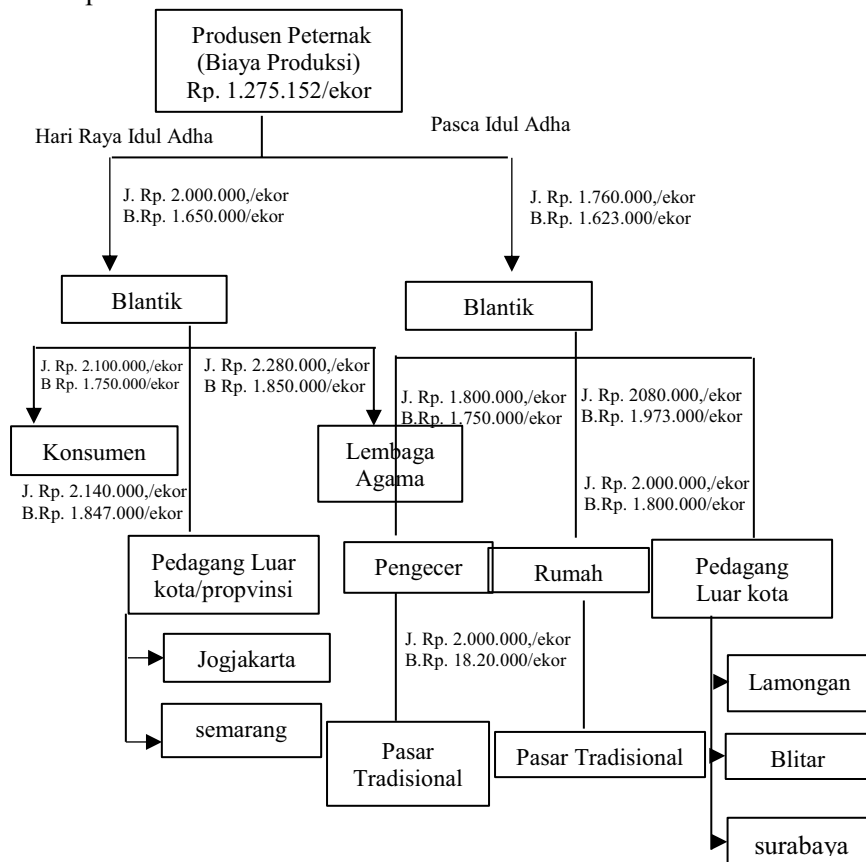
Konsumen di Kecamatan Wonosari adalah masyarakat penduduk sekitar Wonosari seperti masyarakat biasa yang akan mengadakan acara keluarga, rumah makan, lembaga keagamaan dan pejabat sekalipun banyak yang membeli tetapi waktu pembelian tidak menentu. Konsumen biasanya membeli dengan kuantitas sedikit, proses pembelian dilakukan dilokasi perdagangan yaitu di pasar tradisional, yaitu pedagang menawarkan kambing kepada pembeli, setelah disepakati untuk dibeli, maka konsumen akan membawa kambing yang sudah dibeli menggunakan sepeda motor dan memakai karung yang diikat dengan tali kemudian kambing dibawa dengan cara digantungkan pada jok belakang pembeli.

Proses pemasaran dan strategi usaha yang dilakukan oleh blantik dan pengecer biasanya menggunakan jasa usaha langganan yaitu konsumen diberikan pelayanan yang baik disetiap pembelian dan jaminan barang yang memuaskan.

#### **4.8 Rantai Pasok (*Supply chain*)**

Rantai pasok (*supply chain*) yaitu semua lembaga yang berfungsi dalam menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir. Menurut Pujawan (2005) menyatakan bahwa rantai pasok merupakan suatu proses yang dimulai dari pengumpulan sumber daya yang ada dilanjutkan dengan pengelolaan menjadi produk jadi untuk selanjutnya didistribusikan dan dipasarkan sampai pelanggan akhir dengan memperhatikan biaya, kualitas, ketersediaan, pelayanan purna jual, dan faktor reputasi. Rantai pasok melibatkan *supplier*, *manufacturer*, dan *retailer* yang saling bersinergis dan bekerja

sama satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung. Rantai pasok pemasaran berfungsi untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh, rantai pasok pemasaran juga mempermudah dalam mencari besarnya *margin* yang diterima oleh tiap lembaga pemasaran yang terlibat seperti dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Rantai pasok pemasaran kambing PE

Pemasaran secara umum dibagi menjadi dua periode yaitu Idul Adha dan pasca Idul Adha. Pemasaran tidak langsung biasanya konsumen membeli kepada peternak produsen dengan tujuan untuk pemeliharaan ternak di rumah sendiri atau sentra peternakan yaitu pemasaran tidak menggunakan jasa blantik. Rantai pasok diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk (*form utility*) bagi konsumen, sedangkan lembaga penyalur memberikan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan dari produk. Rantai pasok dibutuhkan terutama karena merupakan tubuh dari berlangsungnya transaksi usaha khususnya kambing PE. Lembaga-lembaga atau individu yang terlibat dalam pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang adalah blantik (pengepul), pedagang pengecer sampai dengan konsumen akhir.

Hasil penelitian menunjukka bahwa biaya produksi usaha kambing PE yang dilakukan peternak yaitu biaya produksi sebesar Rp. 1.275.152,-/. Pada penjualan kambing PE di lapangan harga kambing PE yang dijual produsen pada periode Idul Adha jantan dijual seharga Rp. 2000.000,-/ekor dan betina seharga Rp. 1.650.000,-/ekor. Sedangkan pasca Idul Adha, peternak rata-rata menjual jantan dengan harga Rp.1.760.000,-/ekor dan betina Rp.1.623.000,-/ekor kemudian dijual kepada blantik (pengepul). Blantik menjual kembali kepada masyarakat pada periode Idul Adha untuk harga kambing jantan Rp.2.100.000,-/ekor dan betina seharga Rp. 1.750.000. Sedangkan pasca Idul Adha harga kambing yang dijual oleh blantik (pengepul) tidak langsung kepada konsumen tetapi ada yang dijual kembali kepada pedagang pengecer sebelum sampai ke konsumen akhir yaitu untuk

jantan Rp.1.800.000,-/ekor dan harga betina Rp.1.720.000,-/ekor. Pedagang pengecer kembali menjual kepada konsumen dengan harga kambing Jantan Rp. 2000.000,-/ekor dan harga betina Rp.1.820.000/ekor.

Blantik (pengepul) membeli kambing yang dijual oleh satu orang peternak dengan jumlah rata-rata 6-7 ekor/tahun. Jumlah tersebut dikembalikan kepada peternak yang akan menjual sesuai kebutuhan ekonomi keluarga, sedangkan blantik menjual kambing rata-rata 17-18 Ekor/tahun baik ke pedagang pengecer maupun ke konsumen akhir. Pemasaran merupakan proses produksi yang dilakukan oleh badan usaha baik secara lembaga maupun bersifat pribadi untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang di jalankan. Pemasaran yang dilakukan oleh peternak melalui komunikasi telepon untuk atau sms untuk mengambil langsung kambing PE ke lokasi peternakan.

#### **4.8.1 Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola I (Peternak Blantik → (Pengepul) → Konsumen Akhir)**

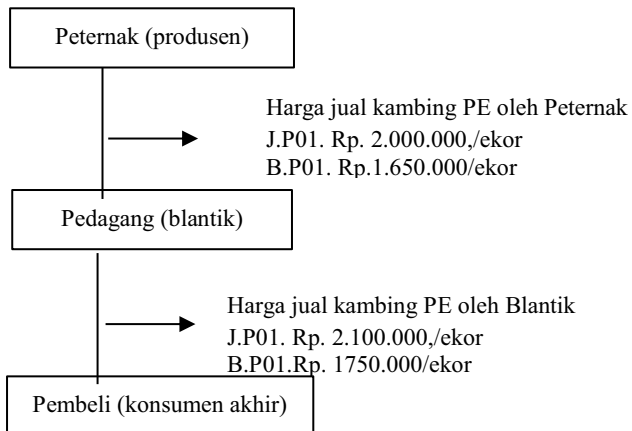
Pola rantai pasok periode Idul Adha melibatkan beberapa lembaga pemasaran karena pada periode ini sebenarnya banyak lembaga pemasaran yang terlibat disebabkan permintaan yang meningkat. Proses pemasaran dilakukan dengan cara blantik membeli kepada peternak rakyat, kambing yang dibeli saat Idul Adha adalah kambing yang memenuhi syarat untuk dipotong, karena pada Idul Adha kambing yang sudah layak dipotong adalah kambing yang sudah memenuhi syarat menurut ajaran Islam. Proses pemasaran pertama yaitu peternak menghubungi

blantik dan blantik mendatangi lokasi peternak selanjutnya dilakukan transaksi dengan kesepakatan bersama yaitu kambing harus memenuhi standar yang diinginkan blantik, proses penentuan harga dilakukan dengan cara mentaksir kambing meliputi, ukuran, warna bulu, kesehatan dan lainnya, selanjutnya kambing dibawa dengan kendaraan motor yang sudah didesain khusus untuk mengangkut kambing menuju rumah blantik untuk di rawat selama beberapa hari. Blantik biasanya tidak langsung menjual kepada konsumen tetapi kambing yang sudah dibeli dari peternak di kandangkan dengan pemberian pakan yang baik, dibersihkan, dan ditempatkan pada kandang yang terpisah selama beberapa hari, pakan yang diberikan dengan kualitas yang cukup baik tujuannya adalah untuk meningkatkan bobot badan dan kesehatan kambing sehingga ketika dibeli oleh konsumen memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Strategi pemasaran yang dilakukan pada pola I cukup beragam, peternak melakukan persiapan dua minggu sebelum dijual dengan cara membersihkan kambing, mencukur supaya terlihat lebih bersih dan menarik untuk dibeli blantik. Kambing yang sudah dibersihkan dipindahkan pada kandang yang lebih bersih dan diberi pakan dengan kandungan nutrisi yang lebih banyak. Hal ini dilakukan untuk menambah bobot badan kambing sehingga memiliki nilai harga yang lebih tinggi untuk dijual ke blantik. Sedangkan strategi yang dilakukan blantik untuk memasarkan usahanya dengan cara menampung kambing yang sudah dibeli dari peternak kemudian dibersihkan

kembali dan dipisahkan pada beberapa skat khusus untuk kambing yang siap dijual. Pemasaran dilakukan pada hari-hari tertentu sekitar tiga minggu menjelang Idul Adha, blantik mengambil kambing dari peternak, kemudian dikembangkan dan diberi perawatan yang baik, setelah kambing siap di pasarkan maka blantik akan menghubungi konsumen langganan untuk menawarkan kambing yang akan dijual, selain itu strategi yang dijalankan oleh blantik dengan cara menghubungi ketua warga untuk menawarkan kambing untuk dijual ke masyarakat sekitar.

Pemasaran yang dilakukan oleh blantik (pengepul) biasanya didistribusikan ke masyarakat dengan cara dibawa menggunakan kendaraan, jika kuantitas banyak maka kambing akan dibawa dengan mobil bak dan jika kuantitas sedikit kambing dibawa dengan seperda motor yang sudah didesain khusus untuk membawa kambing. Kambing yang dijual oleh peternak kepada blantik pada hari raya Idul Adha untuk kambing jantan seharga Rp.2.000.000,-/ekor dan betina seharga Rp.1.650.000,-/ekor. Kemudian blantik (pengepul) menjual kembali kambing kepada konsumen harga kambing jantan Rp. 2.100.000,-/ekor dan betina seharga Rp.1.750.000/ekor. Rantai pasok kambing PE di Kecamatan Wonosari pada periode Idul Adha dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16. Jalur pemasaran kambing PE periode Idul Adha Pola I

#### 4.8.2 Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola II ( Peternak → Blantik (Pengepul) → Luar Kota Luar Provinsi)

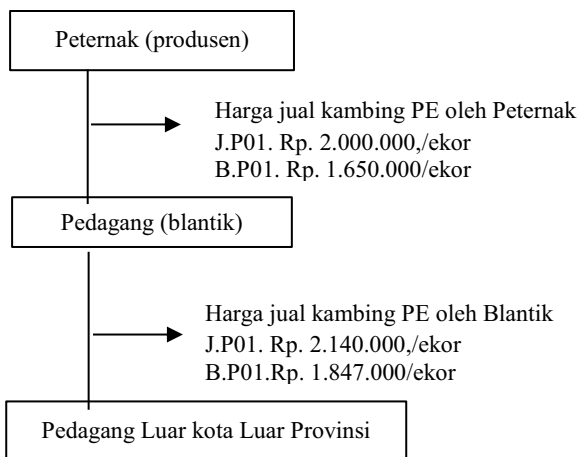
Rantai pasok pemasaran pola II kambing PE melibatkan banyak lembaga pemasaran. penjualan dari blantik langsung ke luar kota/provinsi, setelah agen luar provinsi masih banyak lembaga-lembaga lain, namun peneliti hanya membahas sampai di luar agen provinsi disebabkan lembaga lain tersebut tidak konsisten dalam melakukan dalam menjalankan usaha. Proses pemasaran dilakukan dengan cara blantik membeli kambing PE kepada produsen dengan harga jantan Rp. 2.000.000,/ekor dan betina Rp. 1.650.000/ekor kemudian dikirim ke luar kota menggunakan mobil yang telah didesain khusus untuk mengangkut dengan daya tampung 8-10 ekor dengan

harga jual rata-rata jantan Rp. 2.140.000/ekor sedangkan betina Rp. 1.847.000/ekor. Proses pemasaran yang dilakukan blantik pada pola II yaitu, blantik memiliki jaringan konsumen yang luas, hal ini disebabkan saat penjualan blantik sangat mudah akrab dengan pembeli sehingga dalam penyebaran informasi berupa promosi blantik tidak mengalami kesulitan. Strategi usaha yang dilakukan pada pola II periode Idul Adha yaitu peternak menjual kepada blantik, kemudian blantik menjual kambing ke luar kota dan luar provinsi dengan cara dua bulan sebelum Idul Adha blantik sudah membeli banyak kambing dari peternak dengan harga yang murah, kemudian dikumpulkan dengan jumlah banyak dan dipelihara dengan baik hingga mencapai standar kambing yang sudah layak jual.

Proses promosi yang dilakukan awal mula penjualan ke luar kota adalah rata-rata blantik mempromosikan dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan pemeliharaan ternak dan kelompok peternak wilayah Jawa Timur dan Jawa Tengah, kemudian dilanjutkan dengan menjalin kerjasama dalam usaha kambing PE. Pemasaran kambing ke luar kota dan luar provinsi yang peneliti temukan paling jauh adalah ke Yogyakarta blantik mengirim kambing dilakukan pada sore hari dan sampai di Yogyakarta pukul 08.00-09.30 WIB waktu perjalanan ditentukan dengan kondisi jalan yang dilalui. Di Jogjakarta kambing diterima oleh salah seorang blantik bernama bapak Maman salah satu mitra bisnis dalam usaha kambing. Pemasaran kambing ke Semarang waktu pengiriman



sama dilakukan sore hari menggunakan mobil milik blantik dan biaya perjalanan sendiri dengan perhitungan harga kambing lebih tinggi saat sampai ke Semarang. Kambing diterima oleh bapak rahmat salah seorang ketua kelompok peternak rakyat. Menurut informasi yang didapat dari blantik bapak Rahmat sudah dua tahun berlangganan kambing, Awal bertemu saat acara kontes ternak kambing di Surabaya. Rantai pasok pemasaran kambing PE dapat di lihat pada Gambar 17.



Gambar 17. Jalur pemasaran kambing PE pada periode Idul Adha Pola II

#### 4.8.3 Jalur Pemasaran Kambing PE Periode Idul Adha Pola III ( Peternak → Blantik (Pengepul) → Lembaga Keagamaan)

Periode Idul Adha pemasaran kambing PE selalu meningkat disebabkan permintaan masyarakat

selalu terjadi setiap tahunnya. Lembaga-lembaga pemasaran berperan dalam proses distribusi kambing PE pada pemasaran pola III penjualan kambing PE diawali dari blantik membeli kepada peternak dengan satuan ekor, kemudian dijual kembali kepada lembaga keagamaan yang berlangganan secara rutin setiap tahun. lembaga keagamaan yang menjadi konsumen tetap blantik salah satunya adalah, masjid, organisasi masyarakat dan tempat-tempat penyelenggara pemotongan kambing yang berada di masyarakat.

Proses pemasaran, blantik membeli kambing dari peternak dengan menghubungi terlebih dahulu kemudian kambing diangkut dengan sepeda motor yang telah didesain khusus untuk mengangkut kambing, kambing dirawat dulu di rumah blantik untuk di pelihara dan dirawat kesehatannya kemudian satu minggu sebelum Idul Adha lembaga konsumen mendatangi blantik untuk melihat kambing yang akan dibeli apakah sudah memenuhi syarat dan standar yang diinginkan. Transaksi terjadi satu minggu sebelumnya dengan memberikan uang muka terlebih dahulu kemudian pembayaran penuh dilakukan saat kambing dikirim ke lembaga masyarakat dan keagamaan.

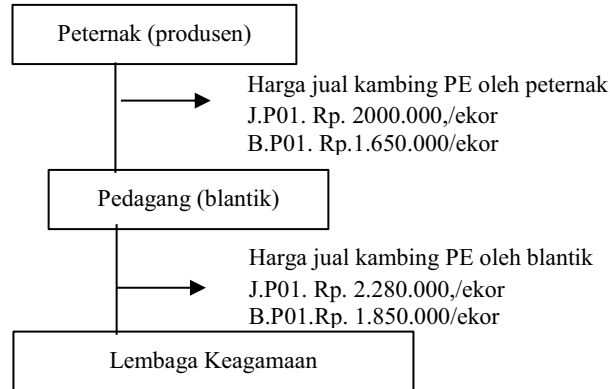
Strategi yang dilakukan pada pola III dilakukan oleh blantik, blantik datang masyarakat terlebih dahulu menemui perwakilan ketua lembaga dan organisasi masyarakat salah satunya adalah bapak Rasyid selaku ketua takmir Masjid Miftahul Huda di Desa Sumbertempur Jl. Sukma No 41. Bapak Rasyid sudah berlangganan kambing sejak 14 april 2015

sampai saat ini. Blantik menawarkan kambing dengan jaminan kualitas yang baik serta harga yang terjangkau, pada transaksi awal blantik tidak banyak mengambil keuntungan tetapi setelah konsumen menjadi langganannya blantik dengan mudah bisa memainkan harga.

Produk yang dijual blantik adalah kambing PE dengan bobot badan yang lebih besar dibandingkan saat membeli dari peternak, hal ini dilakukan supaya blantik mendapatkan keuntungan dari produk yang dijual. Perubahan produk yang dilakukan oleh blantik hanya kepada penampilan luar, kesehatan dan bobot badan kambing saja, blantik tidak menjual kambing dalam bentuk karkas tetapi berupa satuan ekor, selain itu perubahan harga terjadi perbedaan pada setiap pola disebabkan oleh panjangnya suatu rantai pasok, semakin panjang suatu rantai pasok maka harga semakin tinggi. Maka secara rantai pasok pola ini termasuk pola yang efisien dikarenakan harga tidak mengalami kenaikan yang drastis. Disisi lain produk tidak mengalami perubahan dikarenakan penjualan kambing dari produsen sampai kepada konsumen masih dalam bentuk ekor, yang berubah hanyalah bobot badan dan kesehatan ternak.

Pengiriman kambing kepada lembaga dilakukan oleh blantik satu hari sebelum Idul Adha tiba dengan menggunakan mobil khusus pengangkut kambing dengan kuantitas 6-8 ekor. Kambing dijual ke lembaga keagamaan dan organisasi masyarakat yaitu jantan Rp.2.280.000/ekor dan betina seharga 1850.000/ekor. Rantai pasok pemasaran kambing PE

di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang pola III pada Gambar 18.



Gambar 18. Jalur pemasaran kambing PE pada periode Idul Adha Pola III

#### 4.8.4 Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola I : ( Peternak → Blantik (Pengepul) → Pedagang Pengecer → Pasar Tradisional)

Rantai pasok kambing PE pada pasca Idul Adha pola I yaitu penjualan kambing dimulai dari peternak rakyat yang menghubungi blantik dan kemudian dibeli untuk dijual kembali kepada konsumen di pasar tradisional. Kambing yang dibeli biasanya beragam tergantung kebutuhan dari pada peternak untuk menjualnya. Periode pasca Idul Adha kambing yang dijual oleh peternak kepada blantik kembali kepada harga normal, disebabkan permintaan yang menurun. Pada periode ini blantik membeli dari peternak rakyat dengan harga jantan Rp.1.760.000,-/ekor dan betina Rp.1.623.000,-/ekor. kemudian blantik menjual

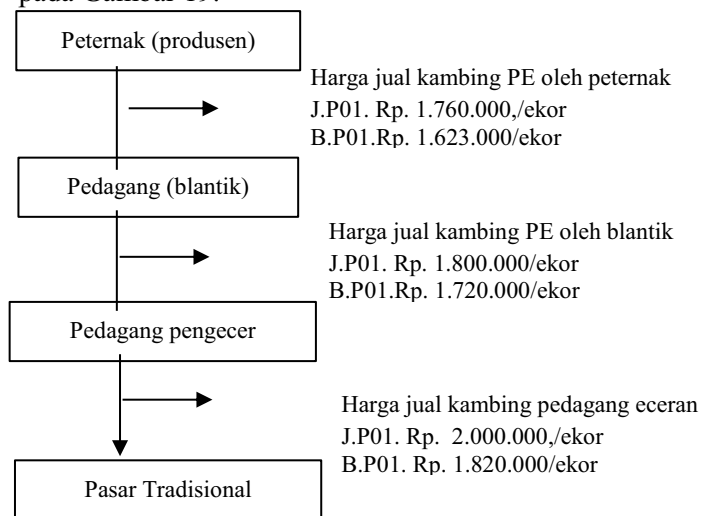
kepada pedagang pengecer dengan harga untuk jantan Rp.1.800.000,-/ekor dan harga betina Rp.1.720.000,-/ekor setelah pengecer membeli dari blantik pengecer akan menjual kembali kepada konsumen akhir dengan harga kambing jantan Rp.2.000.000,-/ekor dan harga betina Rp.1.820.000,-/ekor.

Pedagang pengecer membeli kambing ketika ada pesanan dilanjutkan dengan menghubungi blantik terlebih dahulu untuk menanyakan stok kambing. pada proses transaksi pedagang pengecer akan datang langsung ke rumah blantik untuk mengambil kambing dengan menggunakan sepeda motor yang telah didesain untuk mengangkut kambing dengan kayu yang mampu menampung kambing 1-5 ekor selanjutnya dikirim kepada konsumen akhir.

Penjualan kambing yang pada pola ini diawali dari usaha yang dijalankan peternak dengan kuantitas yang sedikit, kambing dipelihara beberapa tahun dilakukan proses pemeliharaan yang sederhana seperti pemberian pakan dilakukan dengan diberikan hijauan dan konsentrat, hijauan didapatkan dari kebun sendiri dan perhutani, jarak antara kebun dengan kandang tidak terlalu jauh sekitar 10 menit jika ditempuh dengan kendaraan, pemberian pakan yang dilakukan oleh peternak dengan mengembalakan kambing yang dilakukan pada siang hari sedangkan pemberian pakan pagi dilakukan dengan mencari rumput untuk diberikan kepada ternak pada pagi hari, sedangkan pemberian konsentrat jarang dilakukan oleh peternak disebabkan peternak harus mengeluarkan biaya untuk

membeli konsentrat, peternak sering memberikan hijauan saja dibandingkan konsentrat.

Distribusi penjualan kambing pada pola I diawali dengan proses persiapan yaitu peternak memisahkan kambing yang akan dijual dari kambing yang akan terus dipelihara, pertimbangan penentuan penjualan kambing yaitu dengan melihat kondisi, usia dan juga kebutuhan ekonomi peternak, kambing kemudian didistribusikan kepada blantik, pengambilan kambing biasanya dilakukan sore hari disaat peternak sudah pulang dari kebun, kesepakatan harga dilakukan ditempat peternak dan dibayar langsung secara tunai. Rantai pasok pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari pasca Idul Adha dengan pola I dapat di lihat pada Gambar 19.



Gambar 19. Jalur pemasaran kambing PE Pasca Idul Adha pola I

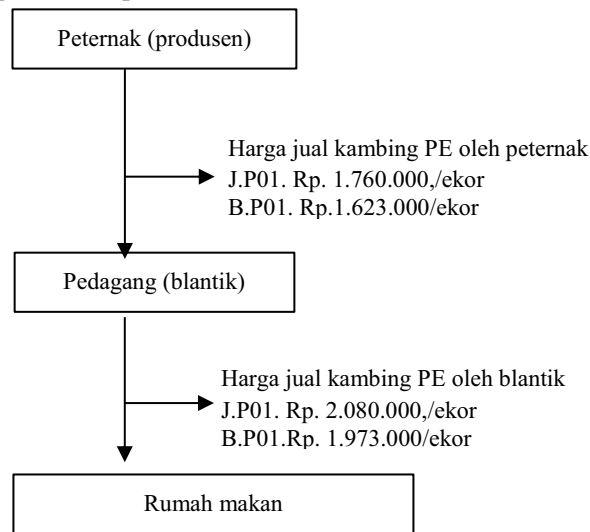
#### **4.8.5 Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola II : ( Peternak → Blantik (Pengepul) → Rumah Makan**

Pasca Idul Adha rantai pasok kembali normal dengan melibatkan banyak lembaga dan permintaan yang beragam seperti rantai pasok dari peternak kepada blantik dan kemudian dipasarkan lagi ke rumah makan. Pemasaran dimulai dari peternak rakyat yang menghubungi blantik kemudian dibeli untuk dijual kembali kepada rumah makan. Kambing yang dijual ke rumah makan memiliki standar sesuai keinginan pengelola rumah makan tentunya dengan kualitas yang bagus dan bobot badan yang baik. Kambing yang dibeli biasanya beragam mulai dari usia 1,5 tahun sampai dengan 3 tahun tergantung kebutuhan dari rumah makan

Pasca Idul Adha kambing yang dijual oleh peternak kepada blantik. Pada periode ini blantik membeli dari peternak rakyat dengan harga untuk kambing jantan Rp.1.760.000,-/ekor dan betina Rp.1.623.000,-/ekor kemudian blantik menjual kepada rumah makan dengan harga kambing jantan Rp.2.080.000,-/ekor dan harga betina Rp.1.973.000,-/ekor.

Rumah makan membeli kambing dari blantik langganan yang dipercaya, secara rutin dua minggu sekali blantik mengirim kambing ke rumah makan. Proses transaksi pemilik rumah makan menghubungi blantik meminta untuk mengantarkan kambing, blantik mengantarkan kambing dengan menggunakan sepeda motor yang telah didesain untuk mengangkut

kambing dengan kayu yang mampu menampung kambing 1-5 ekor selanjutnya dikirim ke rumah makan yang memesan. Kambing yang akan dijual blantik dipisahkan dan dibersihkan supaya penampilan dari kambing terlihat baik, kambing yang dijual oleh blantik adalah kambing yang bebas dari cacat dan terhindar dari penyakit. Penentuan harga ditentukan dengan melihat kondisi tubuh dan bobot badan ternak. Pengiriman kambing menggunakan sepeda motor dengan mengangkut kambing yang didistribusikan ke rumah makan sate milik bapak Umar di daerah Wagir selatan. Rantai pasok pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari pasca Idul Adha dengan pola II dapat dilihat pada Gambar 20.



Gambar 20. Jalur pemasaran kambing PE pasca Idul Adha pola II



**4.8.6 Jalur Pemasaran Kambing PE Pasca Idul Adha Pola III :( Peternak → Blantik (Pengepul) → Pedagang Luar Kota Dalam Provinsi)**

Rantai pasok pemasaran pola III dalam pendistribusian kambing PE melibatkan banyak lembaga pemasaran disebabkan panjangnya distribusi yang dilakukan pada pola III penjualan kambing dilakukan dari peternak yang menjual kepada blantik kemudian dari blantik dijual kembali sampai ke luar kota, setelah agen luar kota masih banyak lembaga-lembaga lain, namun peneliti hanya membahas sampai diluar agen kota. Proses distribusi dilakukan dengan cara blantik membeli kambing PE dari produsen kemudian kambing PE dijual dan dikirim ke luar kota menggunakan mobil dengan bak terbuka yang telah didesain khusus untuk mengangkut kambing PE dengan daya tampung 8-10 ekor. Peternak kambing PE biasanya akan memberikan harga yang berbeda pasca Idul Adha, peternak akan menjual kambing PE pasca Idul Adha harga kambing jantan Rp. 1.760.000,-/ekor dan betina Rp. 1.623.000,-/ekor kemudian blantik menjual kepada pedagang luar kota dengan harga untuk kambing jantan Rp. 2.000.000,-/ekor dan harga betina Rp.1800.000,-/ekor.

Penjualan kambing pada pola III diawali dengan penjualan yang dilakukan peternak kepada blantik, peternak rakyat tidak banyak mengambil keuntungan disebabkan informasi yang diterima terkait usaha tidak terlalu banyak, pemeliharaan yang dilakukan peternak masih sederhana, pemberian pakan lebih sering menggunakan penggembalaan. Kambing

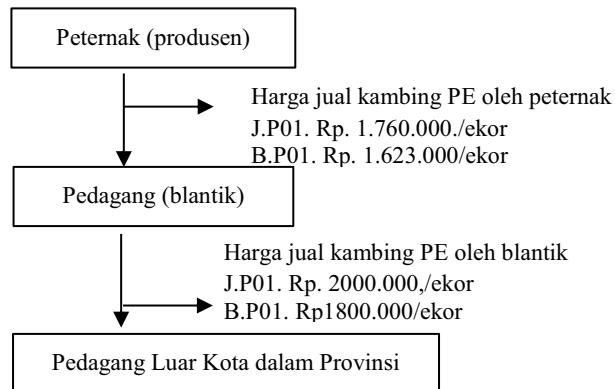
yang sudah siap dijual biasanya akan ditawarkan kepada blantik dengan cara menghubungi dan menawarkan jumlah kambing yang akan dijual, sedangkan dalam usaha yang dilakukan blantik dengan cara mencari kambing ke kampung-kampung untuk menanyakan kambing yang akan dijual, kambing yang sudah dibeli kemudian dipelihara beberapa bulan untuk dijual kembali kepada konsumen di luar daerah/ kota.

Proses pendistribusian kambing ke luar kota dilakukan dengan menggunakan mobil milik blantik yang sudah didesain khusus untuk membawa kambing ke luar kota. Pengiriman dilakukan pada sore hari pukul 15.00 WIB, pengiriman dilakukan oleh dua orang yaitu orang pertama berperan sebagai supir dan yang kedua sebagai pemilik kambing. Kambing didistribusikan luar kota seperti Lamongan, Blitar dan Surabaya, penerima kambing di Lamongan adalah bapak Usman sebagai blantik yang melayani permintaan rumah makan dan pasar hewan, bapak Aziz sebagai penerima kambing Blitar sebagai kepala kelompok usaha ternak kambing PE yang sudah berdiri selama 7 tahun, dan penerima di Surabaya adalah bapak Hanif sebagai pemilik rumah makan sate yang sudah berlangganan sejak dua tahun lalu.

Pengambilan keuntungan dari kambing yang sudah dibeli dari peternak yaitu dengan cara dipelihara terlebih dahulu selama 2- 3 bulan dengan pemberian pakan yang baik, perawatan yang teratur, pencukuran bulu supaya lebih menarik sehingga akan menambah

nilai harga kambing saat dijual kepada konsumen diluar kota/provinsi.

Penetapan harga yang dijual ke luar kota ditentukan dengan menghitung harga kambing dan biaya transportasi pengiriman kambing ke luar kota, harga setiap kota berbeda tergantung dari jarak tempuh dan kuantitas kambing yang dibeli, semakin jauh jarak yang ditempuh maka harga kambing semakin tinggi. Strategi usaha yang dilakukan blantik pada pola III adalah dengan memperbanyak jaringan dan informasi terkait permintaan kambing di luar kota, blantik biasanya memanfaatkan momen kontes ternak untuk menambah jaringan pasar. Dari responden yang peneliti temukan rata-rata kepemilikan ekonomi lebih tinggi didapatkan oleh blantik, hal ini dapat dilihat dari aset kepemilikan, seperti mobil, kondisi rumah dn lain-lain. Rantai pasok kambing PE pola III pasca Idul Adha dapat dilihat pada Gambar 21.



Gambar 21. Jalur pemasaran kambing PE pasca Idul Adha Pola III

#### **4.9 Biaya Produksi Kambing PE**

Biaya produksi pada usaha ternak kambing PE merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha petani-peternak selama satu tahun, hal ini disebabkan penjualan yang dilakukan oleh peternak hanya satu tahun sekali. Biaya produksi sangat menentukan dari kegiatan usaha petani-peternak yang dilakukan karena akan mempengaruhi hasil pendapatan yang diperoleh oleh peternak. Bila biaya yang dikeluarkan terlalu besar dan pendapatan yang kecil maka usahanya tidak menguntungkan. Faktor biaya dalam usaha ternak kambing PE merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan bagi setiap pelaku usaha atau pelaku ekonomi termasuk peternak kambing PE.

Menurut Herlambang (2002) produksi adalah salah satu fungsi manajemen yang sangat penting dalam operasi sebuah perusahaan. Kegiatan produksi menunjukkan upaya pengubahan input atau sumber daya menjadi output (barang dan jasa). Input segala bentuk sumber daya yang digunakan dalam pembentukan output. Secara luas, input dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu tenaga kerja (termasuk disini kewirausahaan) dan *capital*.

Biaya yang dikeluarkan produsen akan lebih besar disebabkan dalam menghasilkan sebuah produk, produsen harus menyiapkan biaya-biaya yang menunjang usaha, seperti biaya tetap, biaya tidak tetap, biaya pemasaran, waktu yang lama serta biaya administrasi lainnya. Pendapatan yang besar didapatkan produsen tidak menjamin keuntungan yang besar, disebabkan produsen harus mengembalikan modal untuk kembali memproduksi produk. Dari tiga lembaga rantai pasok yang peneliti temukan yaitu, peternak, blantik dan pedagang pengecer, maka keuntungan dan omset yang besar berada pada

blantik, hal ini dikarenakan blantik sebagai pengumpul kambing dengan jumlah yang besar dan disetiap ekor kambing mengambil keuntungan, jumlah kambing yang banyak, modal untuk perawatan kecil maka dapat dipastikan usaha menjadi blantik cukup positif untuk dilakukan. Rata-rata kehidupan blantik yang peneliti temukan memiliki investasi yang cukup mewah, seperti mobil, sepeda motor lebih dari satu dan kondisi rumah yang bagus.

Pada penelitian yang dilakukan, penulis menghitung biaya produksi dari produsen ternak dengan mengambil variabel-variabel melalui kuisisioner yang telah disiapkan guna membantu dalam proses pengambilan data yang dibutuhkan, setelah data didapatkan langkah selanjutnya dengan mengolah data berkaitan dengan biaya produksi dari awal sampai akhir jadi produk yang dipasarkan ke lembaga berikutnya.

Perhitungan dilakukan untuk melihat biaya produksi kambing yang dijual oleh peternak, hal ini penting dilakukan disebabkan peternak jarang menghitung biaya produksi yang dikeluarkan, peternak hanya mengikuti harga lapangan dan terkadang terpaku pada harga yang diminta oleh blantik, sehingga bisa jadi usaha yang dijalankan peternak mengalami kerugian di sebabkan tidak dihitunngya biaya prduksi selama menjalankan usaha. Usaha kambing yang sederhana menjadikan peternak belum mampu menganalisa dengan baik usaha yang sedang dijalankan. Dengan menghitung biaya produksi maka dapat diketahui apakah usaha yang dilakukan peternak tersebut layak dikembangkan atau tidak dengan cara mengitung biaya produksi per ekor dan dibandingkan dengan harga jual kambing yang ada dipasaran.

Tabel 3. Biaya produksi dan penerimaan usaha kambing PE peternak rakyat selama 1 periode

Jenis biaya	Jumlah Rp/peternak/tah un	Jumlah Rp (ekor)/tah un	Jumlah Rp/ST/tah un	%
<b>I. Penerimaan</b>				
1. Kambing PE	12.536.133	1.790.876	1.011.794	
2. Feses	1.072.800	153.257	86.586	
<b>Total Penerimaan</b>	13.608.933			
<b>II. Biaya Tetap</b>				
1. Penyusut kandang	757.083	108.155	61.104	8,48
2. Peralatan	302.000	43.143	24.374	3,38
3. Kendaraan	867.619	123.946	70.026	9,72
4. Ternak	1.296.000	185.143	104.600	14,52
5. Tenaga Kerja	1.140.400	162.914	92.042	12,78
<b>Total Biaya Tetap</b>	4.363.102	623.300	352.147	48,88
<b>III. Biaya Variabel</b>				
1. Hijauan	3.131.520	447.360	252.746	35,08
2. obat	252.000	36.000	20.339	2,82
3. BBM	408.000	58.286	32.930	4,6
4. Pulsa	202.000	28.857	16.303	2,26
6. Listrik	569.600	45.973	45.973	6,38
<b>Total Biaya Variabel</b>	4.563.120	651.874	368.291	51,12
<b>Total Biaya Produksi</b>	8.926.222	1.275.175	720.438	100
<b>IV. Pendapatan</b>				
1. Total Penerimaan	13.608.933	1.944.133	1.098.380	
2. Biaya total produksi	8.926.222	1.275.175	720.438	
<b>Total pendapatan</b>	4.682.711	668.959	377.943	

Data Primer diolah (2017)

Tabel 3. Diketahui rata-rata besarnya biaya produksi yang dikeluarkan tiap ekor kambing adalah Rp. 1.275.172,-

atau sekitar Rp. 720.438,-/ST yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 4.363.102,- dan ST Rp. 352.147,- atau 48,88% dari total biaya produksi dan biaya tidak tetap sebesar Rp. 4.563.120 dan ST Rp. 368.291,- atau sekitar 51,12% dari total biaya produksi. Proporsi biaya terbesar yang dikeluarkan yaitu biaya pakan hijauan sebesar Rp 3131.520,- dan ST Rp. 252.746 atau sekitar 35,03%. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Yuniarti (2002) biaya produksi tertinggi juga dihasilkan dari biaya variabel terutama pakan.

Dari total penerimaan dan total biaya yang ada maka dapat diketahui pendapatan yang diperoleh dihasilkan dari penjualan yang dilakukan peternak kepada blantik. Kambing yang terjual selama satu tahun rata-rata harga jual produsen Rp. 1.790.876,-/ekor dan ST. Rp. 1.011.794,-biaya produksi peternak Rp. 1.275.175/ekor atau ST Rp. 720.438 sehingga pendapatan yang diperoleh peternak adalah Rp. 668.959-/ekor. atau ST. Rp. 377.943.

#### **4.10. Analisis *Margin* Pemasaran Kambing PE periode Idul Adha dan Pasca Idul Adha**

*Margin* pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat lembaga suatu sistem pemasaran atau perbedaan harga yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk dengan harga yang diterima produsen untuk menghasilkannya meliputi biaya dan keuntungan pemasaran. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran diluar keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran atau pelaku usaha individu. *Margin* dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu : Pertama, *margin* pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima peternak. Kedua, *margin* pemasaran merupakan

biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa suatu pemasaran. (Sudiyono, 2002).

**4.10.1 Analisis *Margin* Pemasaran, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Periode Idul Adha Jantan dan Betina Pola I**

*Margin* pemasaran pada pola I periode Idul Adha jenis kelamin jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik maka akan ditemukan *margin* pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga pada rantai pasok pola I kambing PE dapat dilihat di tabel 4 dan 5.

Tabel 4. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE Jantan pola I

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase Margin (%)</i>	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harga</i>
<u>Peternak</u>					95,24
Harga Jual	2.000.000				
		100.000	100	4,76	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	2.100.000				
Harga	2.100.000				
Jumlah		100.000			

Sumber : Data Primer Diolah (2017)



Pemasaran kambing PE periode Idul Adha memiliki rantai pasok yang lebih pendek blantik langsung memasarkan kepada konsumen secara langsung ditempat-tempat yang strategis karena pada periode Idul Adha permintaan kambing PE semakin banyak, pada periode ini pedagang pengecer tidak dilibatkan dalam pemasaran dan harga yang diterima konsumen semakin naik. Rantai pasok pemasaran kambing PE periode Idul Adha yaitu blantik membeli kambing PE betina dari peternak dengan harga Rp.1.650.000,-/ekor dijual kembali ke konsumen dengan harga Rp. 1.750.000,-/ekor. Data *margin* pemasaran sekitar Rp.100.000,-/ekor, *mark up price*, 5,71 dan *farmer price share* sebesar 94,29%. Rantai pasok kambing PE betina pola I dikatakan efisien karena hasilnya >40 %.

Tabel 5. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE betina pola I

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harga</i>
<u>Peternak</u>					94,29
Harga Jual	1.650.000				
		100.000	100	5,71	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.750.000				
Harga	1.750.000				
Jumlah		100.000			

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Pemasaran kambing PE periode Idul Adha memiliki rantai pasok yang lebih pendek, blantik langsung memasarkan kepada konsumen secara langsung ditempat tempat yang strategis karena periode Idul Adha permintaan kambing PE semakin banyak, pada periode ini pedagang pengecer tidak dilibatkan dalam pemasaran dan harga yang diterima konsumen semakin naik. Adapun rantai pasok pemasaran kambing PE periode Idul Adha yaitu blantik membeli kambing PE betina dari peternak dengan harga Rp.1.650.000,-/ekor dijual kembali ke konsumen dengan harga Rp. 1.750.000,-/ekor. Data *margin* pemasaran sekitar Rp.100.000,-/ekor, *mark up price*, 5,71 dan *farmer price share* sebesar 94,29%. Rantai pasok kambing PE betina pola I dikatakan efisien karena hasilnya >40 %.

#### **4.10.2 Analisis *Margin* Pemasaran, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Periode Idul Adha Jantan dan Betina Pola II**

*Margin* pemasaran pada pola II periode Idul Adha Jenis kelamin jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik, selain itu rantai pasok akan mempengaruhi terhadap harga jual suatu barang disebabkan ditambah dengan biaya pemasaran transportasi pengiriman produk, dari penjual peternak dan penjual kambing maka akan ditemukan *margin* pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga pada rantai pasok pola I kambing PE dapat di lihat di tabel 6 dan 7.

Tabel 6. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE Jantan pola II

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harga</i> (%)
<u>Peternak</u>					93,46
Harga Jual	2.000.000				
		50.000	35,71	2,34	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	2050.000				
		90.000	64,29	4,21	
<u>Pedagang</u>					
Luar kota	2.140.000				
Harga Jual					
Jumlah		140.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Blantik membeli kambing PE jantan dari peternak dengan harga yang berbeda Rp.2.000.000,-/ekor kemudian dijual kembali ke pedagang luar kota dengan harga Rp.2.140.000,-/ekor. *Margin* pemasaran Rp.140.000,-/ekor. Pola II ini memiliki jangkauan pemasaran yang panjang ke luar kota yaitu Jogjakarta dan Semarang. Pemasaran yang jauh melibatkan banyak lembaga total *margin* pemasaran sekitar Rp.140.000,-/ekor, *mark up price*, 2,34 dan 4,21 serta *farmer price share* sebesar 93,46%. Rantai pasok kambing PE jantan pola II dikatakan efisien karena hasilnya >40 %.

Tabel 7. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE betina Pola II

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persent</i> <i>ase</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harga</i> ( %)
<u>Peternak</u>					89,33
Harga Jual	1.650.000				
		50.000	25,38	2,71	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.700.000				
		147.000	74,62	7,96	
<u>Pedagang</u>					
Luar kota	1.847.000				
Harga Jual					
Jumlah		197.000	100,00		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Pemasaran kambing PE pada periode Idul Adha memiliki rantai pasok yang berbeda, pedagang pengecer tidak dilibatkan pada pola ini dan kambing langsung dijual oleh blantik ke luar kota. Adapun rantai pasok pemasaran kambing PE pada pola II yaitu blantik membeli kambing PE betina dari peternak dengan harga Rp.1.650.000,/ekor kemudian dijual kembali ke konsumen dengan harga yang lebih tinggi Rp.1847.000,-/ekor. Total margin pemasaran Rp.197.000, /ekor disebabkan pola rantai pasok yang panjang sampai ke provinsi sehingga *mark up price*, 2,71 dan 7,96 serta *farmer price share* sebesar 89,33%. Rantai pasok kambing PE betina pola II dikatakan efisien karena hasilnya >40 %.

**4.10.3 Analisis *Margin* Pemasaran, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Periode Idul Adha Jantan dan Betina Pola III**

*Margin* pemasaran pola III periode Idul Adha jenis kelamin jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik maka akan ditemukan *margin* pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga kambing PE pada pola III dapat dilihat di tabel 8 dan 9.

Tabel 8. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE jantan pola III

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase Margin (%)</i>	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harga (%)</i>
<u>Peternak</u>					87,72
Harga Jual	2.000.000				
		280.000	100	12,28	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	2.100.000				
<u>Lembaga Keagamaan</u>	2.280.000				
Harga Jual					
Jumlah		280.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Pemasaran kambing PE pada periode Idul Adha memiliki rantai pasok yang beragam pada pola III ini blantik membeli langsung dan dijual kembali ke lembaga keagamaan menjelang Idul Adha. Adapun rantai pasok kambing PE pada pola III yaitu blantik membeli kambing PE jantan dari

peternak dengan harga Rp. 2.000.000,/ekor kemudian dijual kembali ke lembaga keagamaan dengan harga Rp.2100.000,-/ekor dengan biaya pemasaran Rp.180.000,- total harga diterima lembaga keagamaan adalah Rp. 2.280.000/ekor, total *margin* pemasaran Rp.280.000,-/ekor karena lembaga keagamaan tidak menjual kambing tetapi langsung dipotong. *Mark up price*, 12,28 dan *farmer price share* sebesar 87,72%. Rantai pasok kambing PE jantan pola III dikatakan efisien karena hasilnya lebih dari 40 %.

Tabel 9. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok periode Idul Adha kambing PE betina pola III

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persenta</i> <i>se</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harg</i> <i>a</i> (%)
<u>Peternak</u>					89,19
Harga Jual	1.650.000				
		200.000	100,00	10,81	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.700.000				
<u>Keagamaan</u>	1.850.000				
Harga Jual					
Jumlah		200.000	100,00		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok kambing PE pada pola III yaitu blantik membeli kambing PE jantan dari peternak dengan harga Rp.2.000.000,/ekor, dijual kembali ke lembaga keagamaan dengan harga Rp.2100.000,-/ekor dengan biaya pemasaran Rp.180.000,- total harga yang diterima lembaga keagamaan Rp. 2.280.000/ekor total *margin* Rp.280.000,-/ekor karena lembaga keagamaan tidak menjual kambing tetapi langsung di

potong. *Mark up price*, 12,28 dan *farmer price share* sebesar 87,72%. Rantai pasok kambing PE jantan pola III dikatakan efisien karena hasilnya lebih dari 40 %.

#### 4.10.4 Analisis *Margin Pemasaran*, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Pasca Idul Adha Jantan dan Betina Pola I

*Margin* pemasaran pada Pola I pasca Idul Adha Jenis jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik maka akan ditemukan *margin* pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga kambing PE dapat di lihat di Tabel 10 dan 11.

Tabel 10. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE jantan pola I

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentas e Margin</i> (%)	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harg a</i> (%)
<u>Peternak</u>					88
Harga Jual	1.760.000				
		240.000		12	
<u>Blantik</u>			100,00		
Harga Jual	1.850.000				
<u>Rumah makan</u>	2.000.000				
Harga Jual					
Jumlah		240.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok kambing jantan pola I blantik membeli kambing PE dari peternak dengan harga Rp.1.760.000,-

/ekor kemudian dijual kembali dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 50.000,-/ekor sehingga total harga yang diterima rumah makan dengan harga Rp.2000.000,-/ekor. Total *margin* pemasaran Rp. 240.000,-/ekor, *mark up price*, 12 dan *farmer price share* sebesar 88%. Rantai pasok kambing jantan pola I dikatakan efisien karena hasilnya lebih >40 %.

Tabel 11. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE betina pola I

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harg</i> <i>a</i> (%)
<u>Peternak</u>					89,18
Harga Jual	1.623.000				
		197.000	100	10,82	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.700.000				
<u>Rumah makan</u>					
Harga Jual	1.820.000				
Jumlah		197.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Periode pasca Idul Adha rantai pasok diawali dengan blantik membeli kambing PE betina dari peternak dengan harga Rp. 1.623.000,-/ekor kemudian dijual kembali ke rumah makan dengan harga beli Rp. 1820.000,-/ekor termasuk biaya pemasaran Rp.120.000,-/ekor. Hasil data total *margin* pemasaran Rp.197.000,- disebabkan rumah makan tidak menjual kambing dalam bentuk ekor tetapi dalam bentuk karkas. *Mark up price*, 10,82 dan *farmer price share* sebesar 89,18%. Rantai pasok kambing betina pola I dikatakan efisien karena hasilnya lebih >40 %.



**4.10.5 Analisis *Margin* Pemasaran, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Pasca Idul Adha Jantan dan Betina Pola II**

*Margin* pemasaran pada pola II pasca Idul Adha Jenis kelamin jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik maka akan ditemukan *margin* pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga kambing PE. Pembeli akan memilih rantai pasok yang pendek untuk mendapatkan produk dengan harga yang terjangkau. *Margin* pemasaran dapat dilihat di tabel 12 dan 13.

Tabel 12. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE jantan pola II

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase Margin (%)</i>	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harga (%)</i>
<u>Peternak</u> Harga Jual	1.760.000				84,62
		140.000	43,75	6,73	
<u>Blantik</u> Harga Jual	1.900.000				
		180.000	56,25	8,65	
<u>Pengecer</u> Harga Jual	2.080.000				
Jumlah		320.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Pada pola II blantik membeli kambing PE dari peternak dengan harga Rp. 1.760.000,-/ekor dijual kembali dengan harga Rp.1.800.000,-/ekor. *Margin* pemasaran Rp.140.000,-/ekor atau sekitar 43,75% dari total *margin* kemudian pedagang pengecer menjual kembali dengan harga

Rp.2080.000,-/ekor atau sekitar 56,25% dari total *margin*. *Margin* pemasaran kambing jantan pedagang pengecer adalah Rp. 180.000,-/ekor, total *margin* pemasaran Rp.320.000,-. *Mark up price*, 6,73 dan 8,65 serta *farmer price share* sebesar 84,62%. Rantai pasok kambing jantan pola II dikatakan efisien karena hasilnya lebih besar dari 40 %.

Tabel 13. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE betina pola II

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase</i> <i>Margin</i> (%)	<i>Mark</i> <i>Up</i> <i>Price</i>	<i>Share</i> <i>Harga</i> (%)
<u>Peternak</u>					82,26
Harga Jual	1.623.000				
		127.000	36,29	6,44	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.750.000				
		223.000	63,71	11,30	
<u>Pengecer</u>					
Harga Jual	19.73.000				
Jumlah		350.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok pola II Blantik membeli kambing PE betina dari peternak dengan harga Rp.1.623.000,-/ekor kemudian dijual kembali dengan harga Rp.1.750.000,- /ekor. *Margin* pemasaran Rp.127.000,-/ekor atau sekitar 36,29% dari total *margin*. pengecer menjual kembali dengan harga Rp.19.73.000,-/ekor dengan *margin* pemasaran kambing betina pedagang pengecer adalah Rp.19.73.000,-/ekor atau sekitar 63,71% dari total *margin*. Total *margin* pemasaran pada pola II sebesar Rp.350.000,-. *Mark up price*, 6,44 dan 11,30 serta *farmer price share* sebesar 82,28%. Rantai pasok

kambing betina pola II dikatakan efisien karena hasilnya lebih besar dari 40 %.

**4.10.6 Analisis *Margin* Pemasaran, % *Margin*, *Mark Up Price* dan *Share* harga Rantai Pasok Kambing PE Pasca Idul Adha Jantan dan Betina Pola III**

*Margin* pemasaran pada Pola III pasca Idul Adha jenis kelamin jantan dan betina diperoleh dari selisih antara harga jual kambing PE dari peternak dengan harga jual kambing PE oleh blantik maka akan ditemukan *margin* Pemasaran, % *margin*, *mark up price* dan *share* harga kambing PE, dapat dilihat di tabel 14 dan 15.

Tabel 14. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE jantan III

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase Margin (%)</i>	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harga (%)</i>
<u>Peternak</u>					88
Harga Jual	1.760.000				
		120.000	50,00	6	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.880.000				
		120.000	50,00	6	
<u>Pedagang Luar kota</u>					
Harga Jual	2.000.000				
Jumlah		240.000	100		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Pemasaran kambing PE pada pasca Idul Adha pada pola III jaraknya cukup panjang sampai ke luar kota yaitu, Lamongan, Blitar dan Surabaya. Rantai pasok pemasaran

kambing PE pola III yaitu blantik membeli kambing PE jantan dari peternak dengan harga Rp.1.760.000,-/ekor kemudian dijual kembali ke luar kota dengan harga Rp. 1.880.000,-/ekor dengan *margin* pemasaran Rp.120.000,-/ekor kemudian blantik menjual ke luar kota dengan menambah biaya pemasaran sebesar Rp. 120.000/ekor sehingga harga yang diterima pembeli luar kota Rp. 2000.000,- total *margin* pola III adalah Rp. 240.000,-/ekor, *Mark up price*, 6 dan *farmer price share* sebesar 88%. Rantai pasok kambing jantan pola III dikatakan efisien karena hasilnya > 40 %.

Tabel 15. *Margin* pemasaran, % *Margin*, *mark up price*, *share* harga, rantai pasok pasca Idul Adha kambing PE betina pola III

Keterangan	Jumlah	<i>margin</i> Pemasaran (Rp)	<i>Persentase Margin (%)</i>	<i>Mark Up Price</i>	<i>Share Harga (%)</i>
<u>Peternak</u>					90,17
Harga Jual	1.623.000				
		57.000	32,20	3,17	
<u>Blantik</u>					
Harga Jual	1.680.000				
		120.000	67,80	6,67	
<u>Pedagang Luar kota</u>	1.800.000				
Harga Jual					
Jumlah		177.000	100,00		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok kambing PE pada pasca Idul Adha kambing langsung dijual oleh blantik ke luar kota. Adapun rantai pasok pemasaran kambing PE pola III yaitu blantik membeli kambing betina dari peternak dengan harga

Rp.1.623.000,-/ekor *margin* pemasaran sebesar Rp. 57000,- atau 32,20 % dari total persentase *margin* yang ada kemudian dijual kembali ke luar kota dengan harga Rp.1.680.000,-/ekor, kemudian ditambah biaya pemasaran sebesar 120.000,- sehingga harga yang diterima oleh pembeli sebesar Rp.1.800.000,-/ekor. Total *margin* pemasaran pola III sebesar Rp. 177.000,-/ekor sedangkan *Mark up price*, 3,17 dan 6,67 *farmer price share* sebesar 90,17%. Rantai pasok kambing betina pola III dikatakan efisien karena hasilnya > 40 %.

#### **4.11 Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE**

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat seperti produsen, konsumen, dan lembaga-lembaga pemasaran. Menurut Sudyono (2001) untuk mengukur efisiensi pemasaran dapat dilakukan pendekatan struktur, keragaan, dan tingkah laku pasar. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran dan mengurangi biaya pemasaran.

Pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien karena memberikan insentif bagi partisipasi pasar, yaitu, produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Pengukuran efisiensi pemasran menggunakan *farmer price share* yaitu perbandingan antara harga jual petani dengan harga beli konsumen akhir dikalikan 100%, pemasaran dikatakan efisien jika *farmer price share* diatas 50%.

#### 4.11.1 Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE Jantan dan Betina Periode Idul Adha dan Pasca Idul Adha

Efisiensi rantai pasok pemasaran kambing PE jantan dan betina periode Idul Adha dapat dilihat dari *farmer price share* disetiap pola rantai pasok pemasaran kambing PE seperti dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Efisiensi rantai pasok pemasaran kambing PE jantan dan betina periode Idul Adha

Pola Rantai Pasok	Harga di tingkat Peternak (a)	Harga di tingkat Konsumen (b)	Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE (a/b) X 100%
Jantan (Rp/Ekor)			%
Pola I	2.000.000	2.100.000	95,24
Pola II	2.000.000	2.140.000	93,46
Pola III	2.000.000	2.280.000	87,72
Rata-rata			92,14
Betina (Rp/Ekor)			%
Pola I	1.650.000	1.750.000	94,29
Pola II	1.650.000	1.847.000	89,33
Pola III	1.650.000	1.850.000	89,19
Rata-rata			90,94

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang periode idul Adha pada kambing jantan menunjukkan rantai pasok pemasaran yang efisien dikarenakan *farmer price share* lebih dari 40% dengan persentase rata-rata 92,14%. Kambing betina periode Idul Adha juga efisien disebabkan *farmer price share* < 40% dengan persentase 90,94%.

Rantai pasok pemasaran kambing PE yang paling efisien periode Idul Adha untuk kambing jantan yaitu pada pola I dikarenakan *farmer price share* paling tinggi sebesar 95,24% sedangkan kambing betina pola rantai pasok paling efisien adalah pola I dikarenakan *farmer price share* paling tinggi sebesar 94,29%.

Tabel 17. Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE Jantan dan Betina Pasca Idul Adha

Pola Rantai Pasok	Harga di tingkat Peternak (a)	Harga di tingkat Konsumen (b)	Efisiensi Rantai Pasok Pemasaran Kambing PE (a/b) X 100%
Jantan (Rp/Ekor)			%
Pola I	1.760.000	2.000.000	88,00
Pola II	1.760.000	2.080.000	84,62
Pola III	1.760.000	2.000.000	88,00
Rata-rata			86,87
Betina (Rp/Ekor)			%
Pola I	1.623.000	1.820.000	89,18
Pola II	1.623.000	1.973.000	82,26
Pola III	1.623.000	1.800.000	90,17
Rata-rata			87,20

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Rantai pasok pemasaran kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang pasca idul Adha pada kambing jantan menunjukkan rantai pasok pemasaran yang juga efisien dikarenakan *farmer price share* lebih dari 40% dengan persentase rata-rata kambing jantan 86,87%. Pada kambing betina pasca Idul Adha juga efisien disebabkan *farmer price share* < 40% dengan persentase rata-rata 87,20%.

Rantai pasok pemasaran kambing PE yang paling efisien pasca Idul Adha untuk kambing jantan yaitu pada pola I dan III dikarenakan *farmer price share* paling tinggi sebesar 88,00% sedangkan kambing betina pola rantai pasok paling efisien adalah pola III dikarenakan *farmer price share* paling tinggi sebesar 90,17%.