



**EFISIENSI JALUR PEMASARAN KOMODITAS  
TERNAK KAMBING DARI KABUPATEN TAKALAR  
DAN KABUPATEN JENEPONTO KE  
KOTAMADYA UJUNG PANDANG**

**S K R I P S I**

oleh :

**UMMI KALSUM**

86 06 304

PERPUSTAKAAN PUSAT	
Tgl. terima	9-8-1994
Asal	Fide. peternakan
Es	1 (Situ) eks
H.	Hadiah
No.	95 09 02 034
No. 10.5	



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG**

**1991**



EFISIENSI JALUR PEMASARAN KOMODITAS TERNAK KAMBING  
DARI KABUPATEN TAKALAR DAN KABUPATEN JENEPONTO  
KE KOTAMADYA UJUNG PANDANG

Oleh

U M M I K A L S U M

86 06/ 304

FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG

1991



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Efisiensi Jalur Pemasaran Komoditas Ternak Kambing dari Kabupaten Takalar dan Kabupaten Jeneponto ke Kotamadya Ujung Pandang.

Nama : U M M I K A L S U M

No. Stambuk : 86 06 304

Jurusan : Sosial Ekonomi Peternakan

S k r i p s i : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, Ujung Pandang.

Telah Diperiksa dan Disetujui

Oleh :

(Ir. Ma'mur H. Syam, MSc)  
Pembimbing Utama

(DR. Ir. Abd. Latief Toleng, MSc)  
Pembimbing Anggota

(Ir. Martha B. Rombe)  
Pembimbing Anggota

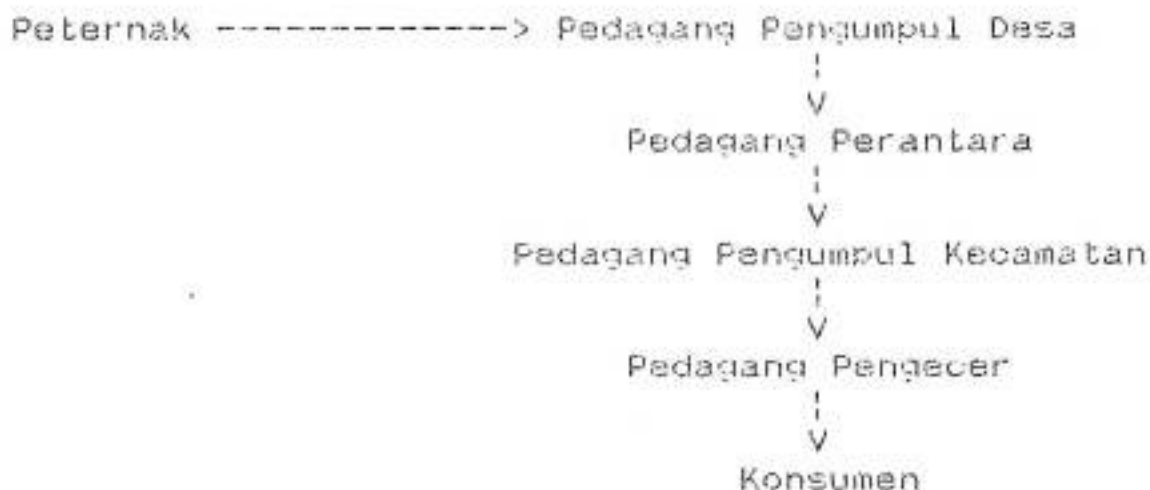
(DR. Muchsin Rahim, SE. MSc)  
Ketua Jurusan



(Dr. Ir. H. M. Natsir Nessa, MS)  
D e k a n



2. Untuk Kabupaten Dati II Jeneponlo  
 Mempunyai dua jalur Pemasaran yaitu :  
 a. Model Jalur Pemasaran pertama terdiri dari :



dengan :	- Total Biaya Pemasaran	:	Rp. 54.850
	- Keuntungan Pedagang Pengumpul Desa	:	Rp. 21.200
	- Keuntungan Pedagang Perantara	:	Rp. 25.500
	- Keuntungan Pedagang Pengumpul Kecamatan	:	Rp. 25.000
	- Keuntungan Pedagang Pengecer	:	Rp. 37.150
	- Efisiensi Pemasaran	:	27.2 %

- b. Model jalur pemasaran kedua terdiri dari :



dengan :	- Total Biaya Pemasaran	:	Rp. 25.320
	- Keuntungan Pdg. Pengumpul	:	Rp. 59.530
	- Keuntungan Pdg. Pengecer	:	Rp. 58.100
	- Efisiensi Pemasaran	:	23,5 %

Dari hasil pengolahan data diperoleh kesimpulan :

- Jalur Pemasaran Kambing di Kabupaten Takalar yang dipasarkan ke Kotamadya Ujung Pandang efisien, karena hanya melibatkan sedikit perantara.

- Model Jalur Pemasaran Pertama ternak kambing di Kabupaten Jeneponto tidak efisien, karena banyak melibatkan perantara dibanding Model Jalur Pemasaran Kedua.

Tanggal lulus

---

7 September 1991

## KATA PENGANTAR



Tiada suatu kata yang lebih mulia bagi penulis untuk didahulukan hanyalah mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan Rahmat dan TaufikNya lah sehingga skripsi ini dapat disusun sebagaimana mestinya.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan dan bantuan berbagai pihak, untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayah dan Bunda tercinta, yang telah membesarkan penulis serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pelajaran di Perguruan Tinggi.
2. Bapak Ir. Ma'mur H. Syam, MSc atas kesediaannya menjadi Pembimbing Utama sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak DR. Ir. Abd. Latief Toleng, MSc, dosen mata kuliah Ilmu Produksi Ternak Kecil atas kesediaannya menjadi pembimbing Anggota sehingga sebagian waktunya diluankan untuk merampung keseluruhan skripsi ini.
4. Ibu Ir. Nartha B. Rombe, dosen mata kuliah Tata Niaga Hasil Peternakan atas budi baiknya bersedia membimbing dalam penelitian sehingga penulis banyak memperoleh ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.

Kepada semua pihak yang tidak sempat penulis tuturkan satu per satu yang telah membantu dan mendoakan agar selamat dan mencapai cita-cita.

penulis ucapkan terima kasih semoga bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah Rabbul Alamin.

Skripsi ini disusun dengan usaha yang maksimal sesuai kemampuan yang ada, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis senantiasa mengharapkan saran-saran yang bersifat membangun dalam rangka mencari dan pembangunan ilmu pengetahuan.

Akhirnya hanya Allah Rabbul Alamin, penulis berserah diri sekaligus memohon semoga skripsi ini bermanfaat adanya.

P e n u l i s



## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Perumusan masalah .....	2
1.3. Hipotesa .....	3
1.4. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	4
III. MATERI DAN METODE PENELITIAN .....	12
3.1. Tempat dan waktu penelitian .....	12
3.2. Cara pengumpulan data .....	12
3.3. Pengambilan sampel .....	12
3.4. Analisa data .....	12
3.5. Konsep operasional .....	13
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	16
4.1. Keadaan umum Kabupaten Dati II Takalar .....	16
A. Letak geografis .....	16
B. Keadaan penduduk .....	18
C. Pola penggunaan lahan dan jumlah ternak .....	18
D. Hasil penelitian .....	20
4.2. Keadaan umum Kabupaten dati II Jeneponto .....	24
	iv



A. Letak geografis .....	24
B. Keadaan penduduk .....	25
C. Pola penggunaan lahan dan jumlah ternak .....	26
D. Hasil penelitian .....	27
V. KESIMPULAN .....	36
DAFTAR PUSTAKA .....	37
LAMPIRAN .....	39
RIWAYAT HIDUP .....	59
PETA KABUPATEN DATI II TAKALAR .....	60
PETA KABUPATEN DATI II JENEPONTO .....	61
PETA KOTAMADYA UJUNG PANDANG .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kabupaten Dati II Takalar .....	18
2.	Pola penggunaan lahan di Kabupaten Takalar ....	19
3.	Populasi ternak kambing di Kabupaten Takalar ..	20
4.	Biaya pemasaran ternak kambing di Kabupaten Dati II Takalar .....	22
5.	Margin dan keuntungan pemasaran di Kabupaten Dati II Takalar .....	22
6.	Mark up dan efisiensi pemasaran di Kabupaten Dati II Takalar .....	23
7.	Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kabupaten Dati II Jeneponto .....	26
8.	Pola penggunaan lahan di Kabupaten Dati II Jeneponto .....	27
9.	Populasi Ternak Kambing di Kabupaten Jeneponto	27
10.	Biaya pemasaran untuk model jalur pemasaran pertama ternak kambing di Kabupaten Jeneponto..	29
11.	Margin dan keuntungan pemasaran di Kabupaten Dati II Jeneponto .....	30
12.	Mark up dan efisiensi pemasaran di Kabupaten Dati II Jeneponto .....	31
13.	Biaya pemasaran ternak kambing untuk model model jalur pemasaran kedua di Kabupaten Jeneponto .....	32
14.	Margin dan keuntungan pemasaran ternak kambing di Kabupaten Jeneponto .....	33
15.	Mark up dan efisiensi pemasaran di Kabupaten Dati II Jeneponto .....	33
16.	Efisiensi pemasaran di Kabupaten Dati II Takalar dan Kabupaten Dati II Jeneponto .....	35

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Tidak dapat disangkal lagi, bahwa ternak merupakan kawan bergelut nasib keluarga petani di negeri ini makanya beternak memegang posisi yang strategis. Namun gambaran beternak tadi masih merupakan cadangan penopang kebutuhan pokok, begitu butuh uang ternakpun dijual.

Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk, kemakmuran serta usaha menuju swasembada protein hewani menyebabkan bertambahnya kebutuhan manusia akan ternak, sehingga diusahakanlah dengan berbagai cara agar produksi dan mutu dapat bertambah.

Untuk dapat menggunakan ternak dengan sebaik-baiknya maka perlu diketahui dengan seksama segi biologi yaitu manfaat yang dapat diambil manusia, misalnya kesanggupan ternak untuk mengubah bahan kasar seperti hijauan menjadi daging, kulit, susu atau dalam bentuk pupuk dari kotorannya.

Peningkatan produksi dan mutu ternak akan mempunyai arti kalau dapat dipasarkan dengan baik atau memperoleh nilai pemasaran yang wajar. Dengan kata lain produksi ternak akan dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan hidup para peternak beserta keluarganya, apabila produk-produknya menghasilkan pendapatan yang lebih meningkat sebagai hasil penjualannya.



Sejalan dengan itu peningkatan pembangunan peternakan yang merupakan bagian dri pembangunan pertanian. pada umumnya menyangkut pengelolaan sumber daya untuk mencapai produksi yang optimal dengan memperhatikan permintaan pasar dan pembangunan berwawasan lingkungan.

Pembangunan berwawasan lingkungan memuat makna, mengolah sumber daya untuk meningkatkan kesejahteraan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang. Adapun permintaan pasar timbul sejak adanya kebutuhan manusia yang ingin dipenuhi dan beraneka ragam, maka dengan memperhatikan pasar memungkinkan peternak serta pedagang memperoleh informasi pasar sehingga keuntungan yang besar dapat dijangkau.

Kambing yang dapat dikenal sebagai sapinya orang miskin merupakan salah satu sumber daya peternakan yang potensial dikembangkan karena memiliki gizi yang tinggi, beradaptasi baik pada lingkungan tropis, kandang serta pemeliharaannya sederhana sehingga terjangkau oleh petani-petani kecil. Disamping itu, kedudukannya cukup penting dalam lingkup masyarakat kita karena sering dimanfaatkan untuk hewan kurban pada hari raya Idul Adha.

## 1.2. Perumusan masalah

Mengingat keunggulan - keunggulan yang dimiliki ternak kambing, maka perlu mendapat perhatian yang serius khususnya menyangkut besarnya biaya yang dikeluarkan dalam

suatu jalur pemasaran, oleh karena sistem pemasaran ini sering tidak berjalan seperti yang diharapkan sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah.

### 1.3. Hipotesa

Oleh karena melibatkan banyak perantara maka diduga bahwa jalur pemasaran komoditas ternak kambing di Kotamadya Ujung Pandang tidak efisien.

### 1.4. Tujuan dan kegunaan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jalur pemasaran komoditi ternak kambing yang efisien .. dari Kabupaten Dati II Takalar dan Kabupaten Dati II Jeneponto yang dipasarkan ke Kotamadya Ujung Pandang.

Kegunaan penelitian ini adalah :

- Sebagai masukan bagi pemerintah dalam rangka menetapkan kebijaksanaan harga ternak kambing.
- Sebagai bahan informasi bagi peternak dan pedagang kambing, yang sumber ternaknya berasal dari Kabupaten Takalar dan Kabupaten Jeneponto yang dipasarkan ke Kotamadya Ujung Pandang.
- Diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang ingin mengetahui jalur pemasaran komoditas ternak kambing.

*judul ini idh d'andi*

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai bagian yang tidak terpisah dari pembangunan pertanian maka sub-sektor peternakan diutamakan guna memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, yang ditempuh melalui usaha pembinaan daerah produksi yang sudah ada serta pembangunan daerah-daerah baru (Sutedjo, 1991).

Selanjutnya Sutedjo (1991) menyatakan, bahwa kegiatan sub-sektor peternakan dilakukan melalui usaha pembangunan dan peranan teknologi tepat guna untuk meningkatkan mutu maupun jumlah ternak, pemeliharaan kesehatan, penyuluhan, pembinaan serta penyediaan sarana dan prasarana.

Ternak kambing merupakan salah satu sumber protein hewani, dengan demikian melalui budi daya ternak kambing usaha untuk menutupi kekurangan protein bagi masyarakat Indonesia dapat ditingkatkan (Soedarmadi, 1987), dimana menurut Natasasmita (1980) ternak kambing sebagian besar terdapat di Indonesia yaitu sekitar 67 % dari populasi di seluruh dunia, dan tersebar disekitar  $30^{\circ}$  lintang utara  $30^{\circ}$  lintang selatan.

Menurut Sarwono (1990), kambing diklasifikasikan sebagai Genus Capra yang mempunyai sifat senang berkelompok, cara makannya merambat (browse) dan peka terhadap scabies. Kemudian Sosroamidjojo (1984) mengatakan, bahwa tidak diketahui dari mana asal usul kambing di Indonesia tetapi yang terbanyak adalah kambing kecil, pendek, kepala

ringan dan kecil, telinga pendek, baik jantan maupun betina bertanduk yang mana sering disebut kambing kacang.

Sunoprastowo (1980), mengatakan beternak kambing akan memberikan tambahan pendapatan petani peternak jika memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Bibit-bibit yang diternakkan adalah bibit yang betul-betul unggul .
- Melaksanakan tata laksana yang baik berdasarkan ilmu.
- Mencegah dan memberantas penyakit pada waktu yang tepat.
- Mengetahui situasi harga dan menjualnya pada waktu sedang menguntungkan.

Dijelaskan pula, bahwa kambing dipelihara oleh petani secara luas karena dapat memanfaatkan tanah yang kosong dan memberikan kesuburan tanah. Akan tetapi menurut Sarwono (1990), jika tidak diawasi perkembangbiakannya bisa mengancam kelestarian lingkungan alam, lebih-lebih jika pemeliharaannya dilakukan secara diembalakan. Oleh sebab itu menurut Prawiro (1983), wajiblah manusia berhati-hati supaya lingkungan yang dikelola tidak merosot nilai sumber dayanya.

Agar kelestarian lingkungan alam tetap terjaga dan ternak bisa terlindungi perlu diciptakan suatu lingkungan yang aman tentram sesuai kondisi ternak, dimana lingkungan yang dimaksud adalah kandang ternak (Kanisius, 1980). Hal ini sesuai dengan pernyataan Soes roamidjojo dan Soeradji



(1990). bahwa perkandangan penting artinya untuk menghindari pengaruh lingkungan yang kurang menguntungkan peternakan karena dengan adanya kandang penggunaan makanan untuk tujuan produksi dapat diawasi dengan baik, pengawasan terhadap pencemaran dan pemberantasan penyakit serta pertumbuhan ternak lebih mudah dilakukan daripada tanpa adanya kandang.

Menurut Sarwono (1990), kandang yang baik adalah yang mempunyai lokasi yang teduh, tidak terlalu jauh dari rumah peternak, tidak becek diwaktu hujan, bersih, selalu mendapat sinar matahari pagi dan awet dipakai. Dengan demikian menurut Yasin dan Indarsih (1988) yang perlu diperhatikan dalam usaha pembanunan kandang adalah daya tahan, artinya lebih baik harganya relatif agak mahal dan dapat dipergunakan dalam beberapa kali periode pemeliharaan dari pada harganya murah, namun hanya dapat dipakai satu atau dua kali periode pemeliharaan.

Selanjutnya Hardjosworo dan Levins (1967), bahwa suatu ukuran baik produktifitas ekonomis dari suatu kelompok ternak adalah nilai jualnya yang tinggi dan dapat dicapai bila pemasaran berjalan lancar.

Pada umumnya ternak kambing dipelihara guna mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi sambilan. Hanya sebagian kecil saja yang merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan untuk kesenangan. Oleh karena itu faktor pemasaran dalam peternakan tidak boleh

diabaikan (Soemadiono, 1971).

Apabila kita berbicara mengenai pemasaran maka yang terkait didalamnya adalah arus barang yang nantinya akan membicarakan sistem pemasaran dan harga. Sistem pemasaran adalah suatu kumpulan jalur yang melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan faktor lingkungan yang saling mempengaruhi hubungan antara peternak dengan pasarnya, yang dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya (Radiosunu, 1986).

Adapun pengertian harga menurut Saleh (1979) yaitu meningkatnya biaya masukan dan rendahnya harga dianggap sebagai tidak meningkatnya produksi. kemudian Mubyarto (1981) mengatakan, bahwa peternak-peternak merupakan penerima harga atau price takers dan perantara adalah penentu harga atau price tixer.

Menurut Assauri (1967), pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dari produsen ke konsumen dengan melibatkan perantara. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kartasaputra (1986), bahwa pemasaran adalah aliran barang dari produsen ke konsumen dan dapat terjadi karena adanya pedagang perantara.

Selanjutnya Hanafiah dan Saefuddin (1983) mengatakan, bahwa fungsi-fungsi pokok pedagang perantara adalah menjual atau membeli didalam hal mentransfer hak, dengan



tujuan membantu meningkatkan efisiensi distribusi.

Assauri (1987) mengatakan, bahwa setiap peternak dan pedagang mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup serta berkembang dan hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan serta meningkatkan keuntungan, mencapai/membina lapangan serta menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran.

Menurut Soekartawi (1989), saluran pemasaran adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke konsumen dimana menurut Kartasaputra (1986) saluran pemasaran dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali tergantung dari macam komoditas jalur pemasaran, yang mana masing-masing jalur sesuai kemampuan pembiayaan yang dimiliki akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda-beda sehingga biaya dan keuntungan pemasaran menjadi berbeda pula.

Rochim dan Sudjanadi (1987) mengatakan, bahwa untuk melancarkan kegiatan saluran pemasaran maka jalan memegang peranan utama karena memudahkan mobilitas manusia dan aparat pemerintah, sehingga merupakan salah satu indikator penting yang menunjukkan kemajuan suatu desa. Dalam situasi yang demikian maka menurut Prayitno (1987) akan menimbulkan interaksi antar penduduk desa yang akan menambah dinamika masyarakat desa dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan warganya.

Adapun jalur pemasaran menurut Soekartawi(1989) Yaitu:

1. Peternak ---> Pedagang pengumpul --> Pedagang pengecer  
 ↓  
 Konsumen

2. Peternak -----> Pedagang perantara  
 ↓  
 Pedagang pengumpul  
 ↓  
 Pedagang pengecer  
 ↓  
 Konsumen

Sedangkan menurut Mubyanto (1981) adalah :

Peternak -----> Pedagang tingkat Kabupaten  
 ↓  
 Pedagang pengecer  
 ↓  
 Konsumen

dimana :

Peternak adalah pihak yang menghasilkan produk dan merupakan suatu usaha.

Pedagang Perantara adalah usaha bisnis yang berdiri sendiri dan beroperasi sebagai penghubung antar produsen dan konsumen (Sundaru, 1986).

Pedagang Pengumpul adalah membeli barang kemudian mengumpulkan baik dari peternak maupun dari pedagang perantara.

Pedagang Pengecer adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang kepada konsumen.

Konsumen adalah orang yang membeli suatu barang untuk memuaskan kebutuhan diri sendiri, tidak untuk dijual (Asri, 1986).

Keuntungan adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran (Hanafiah dan Saefuddin, 1983), dimana biaya pemasaran menurut Soekartawi (1988), yaitu biaya yang dikeluarkan selama transaksi pemindahan barang dari produsen ke konsumen.

Assauri (1980) mengatakan, bahwa sebab-sebab terjadinya in efisiensi adalah kelambatan aliran barang hingga biaya dan waktu pemindahan bertambah yang sesuai dengan pernyataan Soedarmadi (1987), bahwa kelancaran pemasaran dan perniagaan sangat ditentukan oleh peraturan, sarana serta pedagang yang mengatur pemasaran tersebut.

Selanjutnya Bonowidjojo (1983) menziatkan, bahwa masalah ternak meliputi : panjangnya jalur pemasaran mengakibatkan penerimaan petani tidak seimbang dengan jerih payahnya, penanganan pasca panen yang belum mantap, terjadi fluktuasi harga serta harga bahan makanan ternak yang cenderung terus meningkat, sehingga menurut Soedarmadi (1987) untuk meningkatkan aktivitas perdagangan diperlukan syarat pokok seperti :

- Terjadinya pasar : untuk hasil usaha.
- Adanya teknologi yang senantiasa berubah.
- Tersedianya sarana produksi setempat secara lokal.

- Adanya perangsang produksi bagi petani pelemahk.
- Adanya pengangkutan.

### III. MATERI DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Takalar, Kabupaten Jeneponto dan Kotamadya Ujung Pandang. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan bahwa sebagian besar ternak kambing yang ada di Kotamadya Ujung Pandang, berasal dari Kabupaten Takalar dan Kabupaten Jeneponto. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 19 Pebruari 1991 - 30 April 1991.

#### 3.2. Cara pengumpulan data

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode survey dan wawancara langsung kepada peternak serta pedagang kambing, dengan menggunakan daftar pertanyaan.

#### 3.3. Pengambilan sampel

Pada penelitian ini sampel dipilih secara acak bertingkat atau stratified random sampling (Arikunto, 1990), dimana dari setiap model nilai pemasaran yang sama baik peternak maupun pedagang mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan mengambil 50 % dari jumlah sampel.

#### 3.4. Analisa data

Data primer yang terkumpul dikelompokkan dan ditabulasi menurut kecenderungan responden.

Untuk menghitung margin pemasaran pada masing-masing

pedagang digunakan rumus :  $M = Hp - Hb$

dimana,  $M$  = Margin Pemasaran,  
 $Hp$  = Harga Pembelian,  
 $Hb$  = Harga Pembelian.

Untuk menghitung mark up (Persen Margin) digunakan rumus :

$$\% M = M/He \times 100 \%$$

dimana,  $M$  = Margin Pemasaran,  
 $He$  = Harga Eceran.

(Sumber : Hanafiah dan Saefuddin, 1983)

Untuk menghitung keuntungan pada masing-masing pedagang digunakan rumus :  $X = Mn - Bp$

dimana,  $X$  = Keuntungan Pemasaran,  
 $Mn$  = Margin Pemasaran,  
 $Bp$  = Biaya Pemasaran.

untuk menghitung efisiensi atau tidaknya jalur pemasaran digunakan rumus :  $Ep = Bp/He \times 100 \%$

dimana,  $Ep$  = Efisiensi Pemasaran,  
 $Bp$  = Biaya Pemasaran,  
 $He$  = Harga Eceran

(Sumber : Sukartawi, 1989).

### 3.5. Konsep operasional ✓

Untuk Kabupaten Dati II Takalar

- Peternak : 15 orang
- Pedagang Pengumpul : 2 orang

Untuk Kabupaten Dati II Jeneponto



- Peternak : 30 orang
- Pedagang Perantara : 4 orang
- Pedagang Pengumpul Desa : 3 orang
- Pedagang Pengumpul Kec. : 11 orang

Untuk Kotamadya Ujung Pandang

- Pedagang Pengecer yang ternaknya berasal dari Kabupaten Dati II Takalar : 4 orang
- Pedagang Pengecer yang ternaknya berasal dari Kabupaten Dati II Jenebonto : 4 orang

dimana :

Peternak adalah orang yang dalam usahanya membudidayakan ternak kambing sebagai kebutuhan pokok dan tabungan keluarga.

Pedagang Pengumpul adalah pedagang yang membeli kambing dari beberapa peternak dan menjualnya pedagang eceran.

Pedagang Pengumpul Desa adalah pedagang yang berdomisili di daerah peternak, yang membeli dan menjual ke pedagang perantara.

Pedagang Perantara adalah pedagang yang membeli kambing dari pedagang pengumpul desa dan menjualnya ke pedagang pengumpul Kecamatan.

Pedagang Pengumpul Kecamatan adalah pedagang yang menjual ternaknya langsung ke pedagang eceran.

Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli ternak

kambing dari pedagang pengumpul dan selanjutnya menjual ke konsumen akhir.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Keadaan umum Kabupaten Dati II Takalar

#### A. Letak geografis

Batas-batas Kabupaten Takalar yaitu :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Kotamadya Ujung Pandang.
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Kabupaten Jeneponto.
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Jeneponto.
4. Sebelah barat berbatasan dengan selat Makassar.

Kabupaten Takalar mempunyai 6 Kecamatan dengan 55 desa yaitu :

1. Kecamatan Mandarabombang terdiri dari 8 desa :
  - Desa Punaga
  - Desa Bontomanai
  - Desa Laikang
  - Desa Lakalong
  - Desa Cikoang
  - Desa Topelawa
  - Desa Pannyangkalang
  - Desa Lengkese
2. Kecamatan Mapakasinggu terdiri dari 8 desa :
  - Desa Mattirobali
  - Desa Banyuanvara
  - Desa Maccinibali
  - Desa Sanrobone
  - Desa Takalar
  - Desa Laguruda
  - Desa Petani
  - Desa Paddingin
3. Kecamatan Polombangkeng Selatan terdiri dari 9 desa :

- Desa Pattalasang
- Desa Pa'bundukan
- Desa Bontokadatto
- Desa Bulukunyi
- Desa Sombalabella
- Desa Lantana
- Desa Monconakomba
- Desa Maradekava
- Desa Cakura

4. Kecamatan Polombangkene Utara terdiri dari 10 desa :

- Desa Bajeng
- Desa Panrannuanaku
- Desa Malewang
- Desa Mattompodalle
- Desa Pa'rappunganta
- Desa Massamaturu
- Desa Komara
- Desa Barugaya
- Desa Towata
- Desa Lassang

5. Kecamatan Galesongkene Selatan terdiri dari 11 desa :

- Desa Bontomarannu
- Desa Barammamase
- Desa Bontokassi
- Desa Sawakong
- Desa Bentang
- Desa Bontolebang
- Desa Bonto Loe
- Desa Bontomanape
- Desa Parannata
- Desa Boddie
- Desa Galesong

6. Kecamatan Galesong Selatan terdiri dari 9 desa :

- Desa Pa'lalakang
- Desa Parasangan Beru
- Desa Bontosunggu
- Desa Tamassayu
- Desa Bontokanang
- Desa Tamalate
- Desa Aeng Batu-batu
- Desa Bontolanra
- Desa Pa'kabba

## B. Keadaan penduduk

Mempunyai luas wilayah 566,51 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 195.176 jiwa. Sebagian besar mata pencahariannya bertani dan beternak yaitu kira-kira 55.4150 ha. selebihnya bekerja dikantor pemerintahan dan berwiraswasta untuk bahan informasi sebagai tambahan pengenalan wilayah Kabupaten Dati II Takalar, yaitu jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin pada masing-masing Kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kabupaten Dati II Takalar

Kecamatan	Perempuan	Laki-laki
Mangarabombang	14.229	12.740
Mappakasunggu	11.797	10.451
Polombangkeng Selatan	21.447	20.044
Polombangkeng Utara	20.302	18.332
Galesong Selatan	16.571	17.500
Galesong Utara	15.427	14.286
<b>J u m l a h</b>	<b>101.793</b>	<b>93.403</b>

## C. Pola penggunaan lahan

Masih banyak terdapat tanah-tanah yang belum dimanfaatkan, untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Pola Penggunaan lahan di Kabupaten Dati II Takalar

Jenis lahan	Luas
Lahan Pertanian	5.500 ha
Tanah Kering	1.100 ha
Alang-alang	600 ha
Semak-semak	500 ha
Lain-lain	11.000 ha
<b>J u m l a h</b>	<b>18.700 ha</b>

Sumber : Kantor Statistik Kabupaten Dati II Takalar

#### Keadaan Iklim

Berdasarkan rumus dari Schmidt dan Ferguson (1951), maka diperoleh nilai Q sebesar 32,5 yang berarti bahwa Kabupaten Takalar termasuk daerah beriklim tipe B. Untuk perhitungan nilai Q dapat dilihat pada halaman lampiran.

#### Populasi ternak kambing di Kabupaten Takalar

Pada umumnya memelihara ternak masih dengan cara tradisional dengan membiarkan ternaknya berkeliaran untuk mencari makan sendiri, perkandangan belum dilakukan sebagaimana mestinya, selain itu pencegahan dari berbagai penyakit belum dilaksanakan secara berkala sehingga sering terjadi penurunan populasi ternak, untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Populasi Ternak Kambing di Kabupaten Dati II Takalar

Kecamatan	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Mangarabombang	7556	7636	5789	7556	5452	3000	3000
Mappakasunggu	1039	1126	710	390	361	750	750
Palomangkene Selatan	940	784	710	783	1126	1250	1250
Palomangkene Utara	4683	754	390	470	485	1250	1250
Galesong Utara	20	3785	1923	794	222	905	905
Galesong Selatan	80	1187	1187	290	1032	1713	1713
J u m l a h	14318	15272	10709	10233	8676	8868	8868

Sumber : Kantor Dinas Peternakan Kabupaten Takalar

#### D. Hasil penelitian

Hasil penelitian di Kabupaten Takalar didapatkan hanya satu model jalur pemasaran yaitu :

Peternak --> Pedagang pengumpul --> Pedagang pengecer  
 ↓  
 V  
 Konsumen

Dari model jalur pemasaran ini diketahui peternak kambing mempunyai lokasi penjualan di pasar, yang diadakan 3 kali seminggu. Pada hari pasar biasanya pedagang kambing mengumpulkan ternaknya dari seluruh peternak yang ada di pasar kemudian membawanya ke Ujung Pandang, dengan situasi demikian maka peternak dapat mengetahui dengan pasti harga kambing pada saat itu serta informasi-informasi lain



itu serta informasi-informasi lain sehubungan dengan usahanya.

Meskipun ditunjang oleh terjadinya pasar bagi peternak kambing, namun karena cara pemeliharaannya sebagian besar masih bersifat tradisional yang dilakukan oleh para petani sebagai bagian dari usaha taninya. Sejalan dengan hal tersebut maka pemilikan ternak kambing dalam jumlah yang kecil artinya ternak kambing dimiliki oleh seorang petani hanya satu sampai beberapa ekor, sesuai dengan kemampuan petani yang bersangkutan.

Karena pemilikan dalam jumlah yang kecil dan hanya memelihara sebagai usaha sampingan yang merupakan usaha baru juga berkaitan dengan latar belakang serta kebiasaan mereka, maka yang terlihat adalah kurangnya rasa memiliki dan perhatian terhadap ternaknya, sehingga sering terjadi penurunan populasi ternak kambing dan akhirnya persediaan di pasar berkurang.

Biaya yang dikeluarkan selama transaksi jual beli pada Jalur Pemasaran ini dapat dilihat pada tabel berikut :



Tabel 4. Biaya Pemasaran di Kabupaten Takalar (Rp)

No.	Uraian	Penyusutan kandang	Upah buruh	Retribusi pasar	Transport	Bp
1.	Peternak			300	260	560
2.	Pedagang Pengumpul	5.350	1.100		6.250	12.700
3.	Pedagang Pengecer	11.900				11.900
Jumlah						25.160

Dengan mengetahui biaya pemasaran maka akan diperoleh Margin, Mark up, Keuntungan Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini, dimana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran.

Tabel 5. Margin dan Keuntungan Pemasaran (X) di Kabupaten Takalar (Rp)

No.	Uraian	Margin (Mn)	Keuntungan (X)
1.	Peternak	-	-
2.	Pedagang Pengumpul	34.450	21.750
3.	Pedagang Pengecer	35.000	23.100

Tabel 6. Mark up (% M) dan Efisiensi Pemasaran (Ep) di Kabupaten Dati II Takalar

No.	Uraian	U m u r				
		3bulan	5bulan	7bulan	1tahun	2tahun
1.	Peternak	-	-	-	-	-
	Mark up Ep	2.2 %	1.9 %	1.6 %	1.3 %	1.1 %
2.	P. Pengumpul	16.7 %	14.3 %	12.5 %	20.3 %	14.0 %
	Mark up Ep	42.3 %	36.3 %	31.8 %	23.8 %	20.6 %
3.	P. Pengecer	14.3 %	11.1 %	10.0 %	14.5 %	15.3 %
	Mark up Ep	34.0 %	26.4 %	23.8 %	19.2 %	16.5 %

Karena hanya melibatkan sedikit perantara dan mempunyai lokasi penjualan di pasar, memungkinkan peternak serta pedagang beroperasi pada keadaan biaya pemasaran rendah dan setiap pedagang memperoleh keuntungan yang cukup banyak tanpa merugikan peternak. selanjutnya harga yang ditawarkan kepada konsumen akhir menjadi rendah.

Dari pedagang pengecer yang berlokasi di Gunung Sari Kotamadya ujung pandang, diperoleh keterangan bahwa kambing yang sering terjual adalah kambing yang berumur 3 - 7 bulan dan 2 tahun. Untuk kambing dengan umur 3 - 7 bulan disembelih sebagai kurban atas keberhasilan seseorang yang merupakan ucapan rasa syukur kepada nenek moyang mereka, yang bertempat di "Kobbang". Sedangkan kambing yang berumur 2 tahun biasa disembelih untuk keperluan rumah makan yang menyediakan berbagai macam masakan kambing.

## 4.2. Keadaan umum Kabupaten Dati II Jeneponto

### A. Letak geografis

Kabupaten Jeneponto adalah salah satu Dati II yang terletak pada titik koordinal  $5 - 35^{\circ}$  lintang selatan dan  $12^{\circ} - 51^{\circ}$  Bujur Timur Dati I Propinsi Sulawesi Selatan dengan batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah utara dengan Kabupaten Gowa dan Takalar.
2. Sebelah timur dengan Kabupaten Bantaeng.
3. Sebelah selatan dengan Laut Flores.
4. Sebelah barat dengan Kabupaten Takalar.

Secara Adaministrasi Pemerintahan terbagi atas 5 Kecamatan dan 58 Desa yaitu :

1. Kecamatan Bangkala terdiri dari 13 desa :
 

- Desa Benteng	- Desa Barana
- Desa Bontomarannu	- Desa Kapita
- Desa Kalimporo	- Desa Punagaya
- Desa Banrimanurung	- Desa Jenetallasa
- Desa Bulujaya	- Desa Borowanging
- Desa mallasoro	
2. Kecamatan Tamalate terdiri dari 14 desa :
 

- Desa Bontotangga	- Desa Bulusuka
- Desa Tonro Kassi	- Desa Bangkalaloe
- Desa Balumbungang	- Desa Kareloe
- Desa Bulusibatang	- Desa Datara

- Desa Bontoramba
- Desa Turatea
- Desa Batujala
- Desa Bontosunggu
- Desa Maero
- Desa Borongtala

3. Kecamatan Binamu terdiri dari 9 desa :

- Desa Pabiringa
- Desa Bontomate'ne
- Desa Balang
- Desa Paitana
- Desa Empoang
- Desa Manggepong
- Desa Sapanang
- Desa Bululoe
- Desa Kayuloe

4. Kecamatan Batang terdiri dari 12 desa :

- Desa Tino
- Desa Tamanroya
- Desa Balang Baru
- Desa Palajau
- Desa Tarowang
- Desa Bulo-bulo
- Desa Bonto Rappo
- Desa Maccinibaji
- Desa Togo-togo
- Desa Kaluku
- Desa Arungkeke
- Desa Camba-camba

5. Kecamatan Kalara terdiri dari 10 desa :

- Desa Tolo
- Desa Bontolebang
- Desa Samatarang
- Desa Gantarang
- Desa Loka
- Desa Rumbia
- Desa Bontotiro
- Desa Lebang Manai
- Desa Bontomanai
- Desa Tompobulu

## B. Keadaan penduduk

Dengan luas wilayah 737,64 Km<sup>2</sup> mempunyai penduduk 263.997 jiwa dimana 50 % dari jumlah tersebut hidup

sebagai petani dan petambak, sebahagiannya hidup sebagai pegawai negeri dan berwiraswasta. Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk yang dikelompokan menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kabupaten Jeneponto.

Kecamatan	Perempuan	Laki-laki
Bangkala	26.207	25.082
Tamalatea	28.363	28.320
Binamu	31.346	29.857
Batang	26.366	24.950
Kelara	22.631	20.885
J u m l a h	134.903	129.093

Sumber : Kantor Statistik Kabupaten Dati II Jeneponto

### C. Keadaan iklim, pola penggunaan lahan dan jumlah ternak

#### Keadaan Iklim

Berdasarkan rumus Schmidt dan Fergusson (1951), maka diperoleh nilai Q sebesar 37,1 yang berarti Kabupaten Jeneponto termasuk daerah beriklim type C. Untuk jelasnya dapat dilihat pada halaman lampiran.

#### Pola Penggunaan Lahan

Masih banyak terdapat hutan dan tanah yang belum dimanfaatkan sebagaimana mestinya, untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Pola Penggunaan lahan di Kabupaten Dati II Takalar

Kecamatan	Perkampungan	Perkebunan	Hutan	Semak	Lain-lain
Bangkala	626	1.463	6.014	3.733	11.286
Tamalatea	716	125	728	275	11.419
Binamu	725	225	63	62	890
Batang	563	263	52	48	6.452
Kelara	677	-	1.237	776	6.705
J u m l a h	23.307	2.076	7.884	2.076	36.752

Sumber : Kantor Statistik Kabupaten Dati II Jenepono.

Tabel 9. Populasi Ternak Kambing di Kabupaten Dati II Jenepono

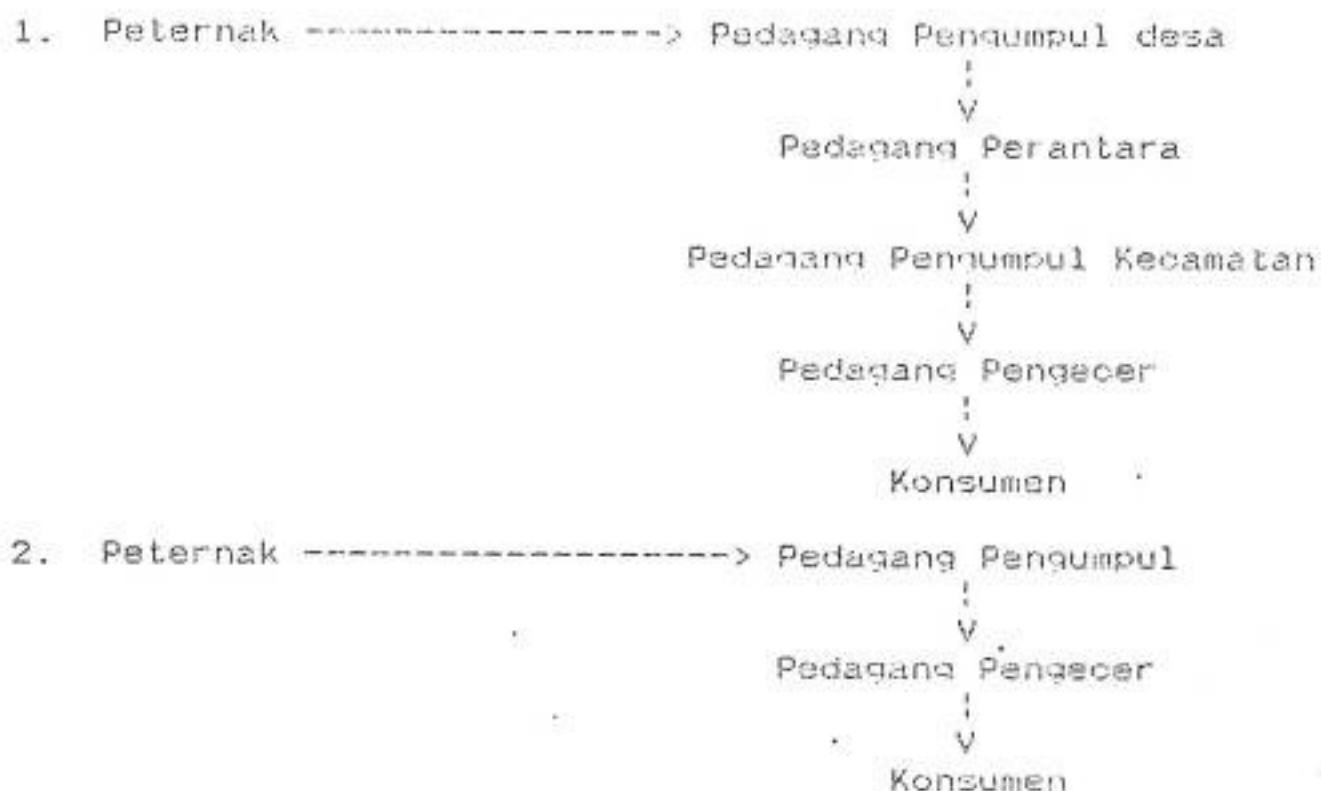
Kecamatan	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Binamu	4220	18530	4515	4831	32428	32428	32428
Bangkala	11559	11536	12568	13233	6600	6601	6601
Tamalatea	14824	12555	15861	16971	15300	13310	13310
Batang	6968	16452	7456	7977	8334	8334	8334
Kelara	17305	15805	18516	19226	13764	13764	13764
J u m l a h	54876	74878	58916	63238	74426	74437	126946

Sumber : Kantor Dinas Peternakan Kabupaten Jenepono

#### D. Hasil penelitian

Hasil penelitian di Kabupaten Jenepono diperoleh dua

model jalur pemasaran ternak kambing yaitu :



Disamping itu diketahui pula bahwa penduduk memelihara ternak kambing untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan sudah merupakan usaha turun temurun. Oleh karena itu meskipun masih dalam peternakan tradisional, mereka mempunyai rasa memiliki yang besar sehingga jumlah ternaknya bertambah dengan mutu yang kurang baik.

Dalam pengaliran barang khususnya pemasaran ternak kambing, peternak dan pedagang menemui berbagai hambatan yaitu peternak tidak mempunyai lokasi penjualan di pasar, jarak antara jalan kabupaten dengan tempat tinggal peternak jauh diikuti dengan alat pengangkutan yang belum lancar. Dalam situasi yang demikian menyebabkan informasi pasar masih sangat kurang didapatkan sehingga peternak

menerima beberapa jasa yang ditetapkan oleh pedagang.

Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan selama transaksi jual beli untuk model jalur pemasaran pertama dapat dilihat pada tabel berikut ini, yang mana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran.

Tabel 10. Biaya Pemasaran untuk Model Jalur Pemasaran Pertama di Kabupaten Jenebonto (Rp)

No.	Uraian	Penyusutan kandang	Upah buruh	Pajak	Transport	Sp
1.	Peternak	-	-	-	-	-
2.	Pedagang Pengumpul Desa	4.900	1.400	-	-	6.300
3.	Pedagang Perantara	4.500	500	-	2.700	7.700
4.	Pedagang Pengumpul Kecamatan	10.400	2.100	2.000	15.500	30.000
3.	Pedagang Pengecur	10.850	-	-	-	10.850
Jumlah						54.850

Dengan diketahuinya biaya pemasaran maka margin (Mn) dan keuntungan pemasaran (X) dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dimana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran.



Tabel 11. Margin dan Keuntungan Pemasaran (X) di Kabupaten Jeneponto (Rp)

No.	Uraian	Margin (Mn)	Keuntungan (X)
1.	Peternak	-	-
2.	Pedagang Pengumpul Desa	27.500	21.200
3.	Pedagang Perantara	33.250	25.500
4.	Pedagang Pengumpul Kecamatan	55.000	25.000
3.	Pedagang Pengecur	48.000	37.150

Untuk mengetahui dengan tepat persen keuntungan yang diperoleh masing-masing pedagang serta efisien atau tidaknya jalur yang dilalui oleh pedagang dan peternak dapat dilihat pada tabel berikut ini, dimana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran. Untuk peternak ini, nilai efisiensinya tidak ada karena mereka atau pihak peternak tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Yang mana efisiensi pemasaran adalah biaya pemasaran dibagi nilai produk yang dipasarkan kali 100 %.

Tabel 12. Mark up (% M) dan Efisiensi Pemasaran (Ep) di Kabupaten Dati II Jeneponto

No.	Uraian	U m u r				
		3bulan	5bulan	7bulan	1tahun	2tahun
1.	Peternak					
	Mark up	-	-	-	-	-
	Ep	-	-	-	-	-
2.	P. Pengumpul Desa					
	Mark up	20.0 %	14.3 %	11.8 %	9.1 %	11.1 %
	Ep	25.2 %	21.0 %	25.8 %	11.5 %	9.3 %
3.	P. Perantara					
	Mark up	9.1 %	9.7 %	7.5 %	10.4 %	20.6 %
	Ep	28.0 %	19.9 %	17.8 %	12.8 %	9.1 %
4.	P. Pengumpul Kecamatan					
	Mark up	14.3 %	8.3 %	21.4 %	24.0 %	15.4 %
	Ep	85.7 %	73.5 %	53.6 %	37.5 %	30.0 %
5.	P. Penjual					
	Mark up	12.5 %	11.1 %	15.4 %	15.8 %	7.7 %
	Ep	24.1 %	21.7 %	16.7 %	11.4 %	10.0 %

Sesuai hasil yang diharapkan diketahui Kabupaten Jeneponto dengan model jalur pemasaran pertama, terlampaui banyak pedagang yang bekerja, dimana masing-masing pedagang mengeluarkan biaya yang berbeda-beda sehingga akan menambah biaya total pemasaran.

Dengan bertambahnya biaya pemasaran mengakibatkan margin dan keuntungan pemasaran tidak merata, tingkat efisiensi semakin tinggi, pendapatan peternak rendah dan harga yang ditawarkan kepada konsumen akhir menjadi tinggi.

Untuk model jalur pemasaran ini diketahui dari pedagang pengecer yang berlokasi di jalan Andi Tonro, bahwa kambing yang paling banyak terjual adalah yang berumur 7 bulan - 2 tahun. Kambing yang berada diantara umur ini biasa disembelih untuk acara "Haqikah" yaitu syukuran atas kelahiran anak, serta untuk konsumsi masyarakat Kotamadya Ujung Pandang.

Untuk model jalur pemasaran ke dua mengeluarkan biaya pemasaran seperti terlihat pada tabel berikut ini, dimana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran.

Tabel 13. Biaya Pemasaran untuk Model Jalur Pemasaran Kedua di Kabupaten Jenepono (Rp)

No.	Uraian	Penyusutan kandang	Upah buruh	Transport	Pajak	Bp
1.	Peternak	-	-	-	-	-
2.	Pedagang Pengumpul	4.320	1.100	11.000	2.000	18.420
3.	Pedagang Pengecer	6.900	-	-	-	6.900
Jumlah						25.320

Dari biaya pemasaran dapat diperoleh margin (Mn), keuntungan pemasaran (X), Mark up dan efisiensi pemasaran. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini dimana perhitungannya dapat dilihat pada halaman lampiran.

Tabel 14. Margin (Mn) dan Keuntungan Pemasaran (X) di Kabupaten Jeneponto dengan model jalur pemasaran kedua (Rp)

No.	Uraian	Margin (Mn)	Keuntungan (X)
1.	Peternak	-	-
2.	Pedagang Pengumpul	78.000	59.580
3.	Pedagang Pengecer	65.000	58.100

Tabel 15. Mark up (% M) dan Efisiensi Pemasaran (Ep) di Kabupaten Dati II Jeneponto dengan model jalur pemasaran kedua

No.	Uraian	U m u r				
		3bulan	5bulan	7bulan	1tahun	2tahun
1.	Peternak					
	Mark up	-	-	-	-	-
	Ep	-	-	-	-	-
2.	P. Pengumpul					
	Mark up	28.6 %	25.0 %	27.8 %	26.1 %	29.4 %
	Ep	52.6 %	46.1 %	34.1 %	26.7 %	21.7 %
3.	P. Pengecer					
	Mark up	22.2 %	20.0 %	21.4 %	17.6 %	15.0 %
	Ep	15.3 %	13.8 %	9.9 %	8.1 %	6.9 %

Untuk model jalur pemasaran kedua melibatkan jumlah perantara yang lebih sedikit, yaitu pedagang yang membeli langsung dari peternak dan menjualnya ke pedagang pengecer disebut pedagang pengumpul, kemudian pedagang yang menjual langsung ke konsumen akhir disebut pedagang pengecer.

Pada model jalur pemasaran ini pedagang melakukan usaha secara lebih luas dan bekerja dengan biaya lebih rendah sehingga mengurangi biaya total pemasaran, keuntungan yang diperoleh pada masing-masing pedagang akan besar dan selanjutnya harga yang ditawarkan kepada konsumen rendah.

Dari pedagang yang lokasi penjualannya di jalan Sembilan, diketahui bahwa ternak kambing yang sering terjual habis adalah yang berumur antara 5 bulan - 2 tahun. Untuk yang berumur 5 - 7 bulan biasa disembelih pada hari raya Idul Adha, sedangkan yang berumur 1 - 2 tahun disembelih untuk acara selamatan atau syukuran seperti acara "Haqiqah" yaitu syukuran atas kelahiran anak adapun yang berumur 3 tahun kurang disukai orang dimana menurut Sarwono (1990) kambing yang berumur 2 - 6 tahun mempunyai daging yang liat atau kurang empuk, karena antara ini kambing telah mencapai ukuran yang sempurna dan pada umumnya telah melewati puncak produksi.

Nilai efisiensi pemasaran pada model jalur pemasaran yang dilalui oleh peternak dan pedagang dapat dilihat pada tabel berikut, yang mana perhitungannya dapat dilihat pada

halaman lampiran.

Tabel 16. Efisiensi Pemasaran di Kabupaten Takalar dan Jenepono

No.	Uraian	Efisiensi Pemasaran (Ep)
1.	Kabupaten Dati II Takalar	18.9 %
2.	Kabupaten Dati II Jenepono dengan model jalur pemasaran pertama	27.2 %
3.	Kabupaten Dati II Jenepono dengan model jalur pemasaran kedua	23.5 %

Dengan melihat tabel diatas, dapat dikatakan, bahwa makin pendek jalur pemasaran yang dilalui oleh peternak dan pedagang ternak kambing maka makin efisien pemasaran itu, dimana makin kecil nilai efisiensi pemasaran makin efisien jalur pemasaran itu.



## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

- Jalur pemasaran ternak kambing di Kabupaten Takalar yang dipasarkan ke Kotamadya Ujung Pandang efisien, karena hanya melibatkan sedikit perantara.
- Model jalur pemasaran pertama ternak kambing di Kabupaten Jeneponto yang di pasarkan ke Kotamadya Ujung Pandang tidak efisien, karena banyak melibatkan perantara dibanding model jalur pemasaran kedua.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto., 1990. Manajemen Penelitian, Penerbit Rineke Cipta, Jakarta.
- Asri, M., 1986. Marketing. Penerbit Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Assauri, S., 1980. manajemen Produksi. Penerbit Fakultas Ekonomi universitas Indonesia, Jakarta.
- Banowidjojo, M., 1983. Pembangunan Pertanian. Diterbitkan Atas Kerjasama Openi Malang dan Usaha nasional. Surabaya
- Hanafiah dan Saefuddin., 1983. Tatacara Hasil Perikanan. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press). Jakarta.
- Harjosworo dan Levine, M.J., 1987. Pengembangan Peternakan di Indonesia (Model, Sistem dan Peranannya). Penerbit Yayasan Ghor Indonesia, Jakarta.
- Kanisius, A.K., 1980. Yasan Beternak Jilid 2. Penerbit Yayasan Kanisius, Yogyakarta.
- Kartasaputra., 1986. Marketing Produk Pertanian dan Industri yang Diterapkan di Indonesia. Penerbit PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Mubyarto., 1981. Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Pertanian. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Natasasmita, A., 1980. Ternak Kambing dan Pemeliharaannya. Penerbit Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Pravitno, H., 1987. Pembangunan Ekonomi Pedesaan. Yogyakarta.
- Prawiro, H.R., 1983. Kependudukan. Penerbit Alumni, Bandung.
- Radosunu., 1986. Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Analisis Edisi Kedua). Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rochim, M dan Sujanadi., 1987. Menciptakan Struktur Pedesaan Progresif (Untuk Melayani Pertanian Modern). Penerbit CV. Yasaquna, Jakarta.



- Saleh, S., 1979. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Majalah Warta Pertanian No. 51. Edisi XII. Penerbit Departemen Pertanian, Jakarta.
- Sarwono, B., 1990. Beternak Kambing Unggul. penerbit PT. Penebar Swadaya. Anggota IKAPI. Jakarta.
- Schmidt, F.H., J.H.A. Ferguson. 1951. Rain Fall Types Based an Wet and Dry Period Ratio For Indonesia With Western New Duinea. Kementrian Perhubungan, Jwatan Meterologi dan Geofisika, Jakarta.
- Soedarmadi. 1987. Pengantar Budidaya Ternak. Penerbit Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, jakarta.
- Soekartawi., 1988. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian (Teori dan Aplikasi). Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.
- ., 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasinya). Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.
- Soemadijono., 1971. Peternakan Umum. Penerbit Direktorat Jenderal Peternakan Departemen Pertanian, malang.
- Sosroamidjojo, S.M., 1984. Ternak Potong dan Kerja. Penerbit CV. Yasguna, Jakarta.
- dan Soeradji., 1990. Peternakan Umum. Penerbit CV. Yasaguna. jakarta.
- Suhadji., 1991. Peranan Ekspo-Peternakan Pertasikencana Dalam Kaitannya Dengan Amanat GBHN. Diterbitkan oleh Pedoman Rakyat No. 57. Ujung Pandang.
- Sumoprastowo, R.M., 1980. Beternak Kambing Yang Berhasil. Penerbit Bhratara Karya Aksara, Jakarta.
- Sundaru, S., 1986. Prinsip Pemasaran Edisi ke VII Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sutedjo., 1991. Peternakan Siap Tinggal landas. Diterbitkan oleh Pedoman Rakyat No.58, Ujung Pandang.
- Yasin dan Indarsih., 1988. Seluk Beluk Peternakan. Penerbit Anugrah Karya, Jakarta.

## LAMPIRAN

### 1. Kabupaten Dati II Takalar

#### a. Rata-rata harga ternak kambing

- Peternak dengan kambing yang berumur :

3 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 25.000
5 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 30.000
7 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 35.000
1 tahun harga penjualan (Hp)	= Rp. 45.000
2 tahun harga penjualan (Hp)	= Rp. 52.500

- Pedagang pengumpul dengan ternak yang berumur :

	Harga Penjualan (Hp)	Harga Pembelian (Hb)
3 bulan	Rp. 30.000	Rp. 25.000
5 bulan	Rp. 35.000	Rp. 30.000
7 bulan	Rp. 40.000	Rp. 35.000
1 tahun	Rp. 53.300	Rp. 42.500
2 tahun	Rp. 61.650	Rp. 53.000

- Pedagang pengecer dengan ternak yang berumur :

	Harga Penjualan (Hp)	Harga Pembelian (Hb)
3 bulan	Rp. 35.000	Rp. 30.000
5 bulan	Rp. 45.000	Rp. 40.000
7 bulan	Rp. 50.000	Rp. 45.000
1 tahun	Rp. 62.000	Rp. 53.000
2 tahun	Rp. 72.000	Rp. 61.000

#### b. Margin (M) dan keuntungan Pemasaran (X)

Marginal pemasaran adalah selisih harga penjualan dan harga pembelian ( $M = H_p - H_b$ )

- Untuk pedagang pengumpul dengan ternak berumur :

$$3 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 30.000 - \text{Rp. } 25.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$5 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 35.000 - \text{Rp. } 30.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$7 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 40.000 - \text{Rp. } 35.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$1 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 53.300 - \text{Rp. } 42.500 = \text{Rp. } 10.800$$

$$2 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 61.650 - \text{Rp. } 53.000 = \text{Rp. } 8.650$$

$$M_n = \text{Rp. } 34.450$$

- Untuk pedagang pengecer dengan ternak berumur :

$$3 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 35.000 - \text{Rp. } 30.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$5 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 45.000 - \text{Rp. } 40.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$7 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 50.000 - \text{Rp. } 45.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$1 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 62.000 - \text{Rp. } 53.000 = \text{Rp. } 9.000$$

$$2 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 72.000 - \text{Rp. } 61.000 = \text{Rp. } 11.000$$

$$M_n = \text{Rp. } 35.000$$

Keuntungan pemasaran adalah selisih margin yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan ( $X = M_n - B_p$ ).

- Untuk pedagang pengumpul

$$B_p = \text{Rp. } 12.700$$

$$\text{maka } X = \text{Rp. } 34.450 - \text{Rp. } 12.700 = \text{Rp. } 21.750$$

- Pedagang pengecer

$$B_p = \text{Rp. } 11.900$$

$$\text{Maka } X = \text{Rp. } 35.000 - \text{Rp. } 11.900 = \text{Rp. } 23.100$$

c. Mark up (% m) dan efisiensi pemasaran

Mark up adalah margin pemasaran dibagi harga penjualan kali 100 % (margin dalam bentuk %)

- Untuk pedagang pengumpul dengan ternak berumur :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{30.000} \times 100 \% = 16.7 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{35.000} \times 100 \% = 14.3 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{40.000} \times 100 \% = 12.5 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{10.800}{53.300} \times 100 \% = 20.3 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{8.650}{61.650} \times 100 \% = 14.0 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan ternak berumur :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{35.000} \times 100 \% = 14.3 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{45.000} \times 100 \% = 11.1 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{50.000} \times 100 \% = 10.0 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{9.000}{62.000} \times 100 \% = 14.5 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{11.000}{72.000} \times 100 \% = 15.3 \%$$

Efisiensi pemasaran adalah biaya pemasaran dibagi

nilai produk yang dipasarkan kali 100% ( $E_p = B_p/H_p \times 100\%$ )

- Untuk peternak dengan kambing yang berumur :

$$3 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{560}{25.000} \times 100 \% = 2.2 \%$$

$$5 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{560}{30.000} \times 100 \% = 1.9 \%$$

$$7 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{560}{35.000} \times 100 \% = 1.6 \%$$

$$1 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{560}{43.000} \times 100 \% = 1.3 \%$$

$$2 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{560}{52.500} \times 100 \% = 1.1 \%$$

$$E_p \text{ total} = 8.1 \%$$

- Untuk pedagang pengumpul dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{12.700}{30.000} \times 100 \% = 42.3 \%$$

$$5 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{12.700}{35.000} \times 100 \% = 36.3 \%$$

$$7 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{12.700}{40.000} \times 100 \% = 31.8 \%$$

$$1 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{12.700}{53.300} \times 100 \% = 23.8 \%$$

$$2 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{12.700}{61.650} \times 100 \% = 20.6 \%$$

$$E_p \text{ total} = 154.8 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan kambing yang berumur :

$$3 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{11.900}{35.000} \times 100 \% = 34.0 \%$$

$$5 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{11.900}{45.000} \times 100 \% = 26.4 \%$$

$$7 \text{ bulan} \quad E_p = \frac{11.900}{50.000} \times 100 \% = 23.8 \%$$

$$1 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{11.900}{62.000} \times 100 \% = 19.2 \%$$

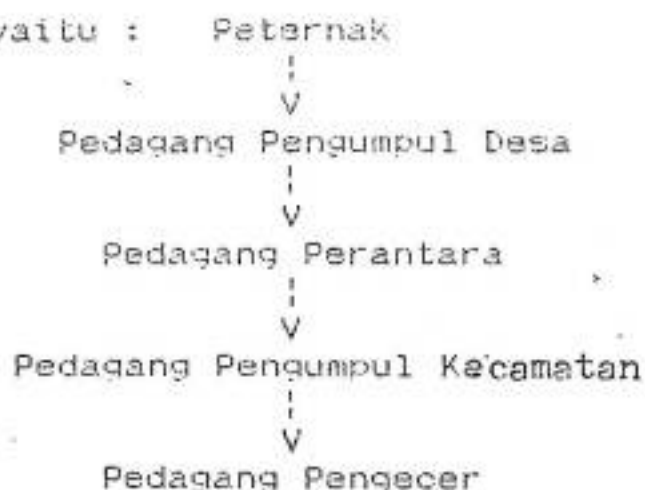
$$2 \text{ tahun} \quad E_p = \frac{11.900}{72.000} \times 100 \% = 16.5 \%$$

$$E_p \text{ total} = 119.9 \%$$

Rata-rata  $E_p$  pada jalur pemasaran di Kabupaten

$$\begin{aligned} \text{Dati II Takalar adalah } E_p &= \frac{8.1}{5} + \frac{154.8}{5} + \frac{119.9}{5} \\ &= \frac{1.62 + 30.96 + 23.98}{3} \\ &= 18.9 \% \end{aligned}$$

2. Kabupaten Dati II Jenepono, untuk model jalur pemasaran pertama yaitu :





## a. Rata-rata harga kambing

## - Peternak dengan umur kambing :

	Harga Penjualan
3 bulan	Rp. 20.000
5 bulan	Rp. 25.000
7 bulan	Rp. 36.000
1 tahun	Rp. 50.000
2 tahun	Rp. 60.000

## - Pedagang pengumpul desa dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 20.000	Rp. 25.000
5 bulan	Rp. 25.000	Rp. 30.000
7 bulan	Rp. 37.500	Rp. 42.500
1 tahun	Rp. 50.000	Rp. 55.000
2 tahun	Rp. 60.000	Rp. 67.500

## - Pedagang perantara dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 25.000	Rp. 27.500
5 bulan	Rp. 35.000	Rp. 38.750
7 bulan	Rp. 40.000	Rp. 43.250
1 tahun	Rp. 53.750	Rp. 60.000
2 tahun	Rp. 67.500	Rp. 85.000

## - Pedagang pengumpul Kecamatan dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 30.000	Rp. 35.000
5 bulan	Rp. 37.400	Rp. 40.800

7 bulan	Rp. 44.000	Rp. 56.000
1 tahun	Rp. 60.800	Rp. 80.000
2 tahun	Rp. 84.600	Rp. 100.000

- Pedagang pengecer dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 35.000	Rp. 40.000
5 bulan	Rp. 40.000	Rp. 45.000
7 bulan	Rp. 55.000	Rp. 65.000
1 tahun	Rp. 80.000	Rp. 95.000
2 tahun	Rp. 100.000	Rp. 108.500

b. Margin (M) dan keuntungan pemasaran di Kabupaten Jeneponto

- Untuk pedagang pengumpul desa dengan umur kambing :

3 bulan M =	Rp. 25.000 - Rp. 20.000 =	Rp. 5.000
5 bulan M =	Rp. 30.000 - Rp. 25.000 =	Rp. 5.000
7 bulan M =	Rp. 42.500 - Rp. 37.500 =	Rp. 5.000
1 tahun M =	Rp. 55.000 - Rp. 50.000 =	Rp. 5.000
2 tahun M =	Rp. 67.500 - Rp. 60.000 =	Rp. 7.500
	Mn =	Rp. 27.500

- Untuk pedagang perantara dengan umur kambing :

3 bulan M =	Rp. 27.500 - Rp. 25.000 =	Rp. 2.500
5 bulan M =	Rp. 38.750 - Rp. 35.000 =	Rp. 3.750
7 bulan M =	Rp. 43.250 - Rp. 40.000 =	Rp. 3.250
1 tahun M =	Rp. 60.000 - Rp. 53.750 =	Rp. 6.250
2 tahun M =	Rp. 85.000 - Rp. 67.500 =	Rp. 17.500
	Mn =	Rp. 33.250



- Untuk pedagang pengumpul Kecamatan dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 35.000 - \text{Rp. } 30.000 = \text{Rp. } 5.000$$

$$5 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 40.800 - \text{Rp. } 37.400 = \text{Rp. } 3.400$$

$$7 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 56.000 - \text{Rp. } 44.000 = \text{Rp. } 12.000$$

$$1 \text{ tahun M} = \text{Rp. } 80.000 - \text{Rp. } 60.800 = \text{Rp. } 19.200$$

$$2 \text{ tahun M} = \text{Rp. } 100.000 - \text{Rp. } 84.600 = \text{Rp. } 15.400$$

$$\text{Mn} = \text{Rp. } 55.000$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 45.000 - \text{Rp. } 35.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$5 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 50.000 - \text{Rp. } 40.500 = \text{Rp. } 9.500$$

$$7 \text{ bulan M} = \text{Rp. } 65.000 - \text{Rp. } 55.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$1 \text{ tahun M} = \text{Rp. } 95.000 - \text{Rp. } 80.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$2 \text{ tahun M} = \text{Rp. } 108.500 - \text{Rp. } 100.000 = \text{Rp. } 8.500$$

$$\text{Mn} = \text{Rp. } 48.000$$

Keuntungan pemasaran adalah selisih margin yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan ( $X = \text{Mn} - \text{Bp}$ ).

- Untuk pedagang pengumpul desa

$$\text{Bp} = \text{Rp. } 6.300$$

$$\text{maka } X = \text{Rp. } 27.500 - \text{Rp. } 6.300 = \text{Rp. } 21.200$$

- Untuk pedagang perantara

$$\text{Bp} = \text{Rp. } 7.700$$

$$\text{maka } X = \text{Rp. } 33.250 - \text{Rp. } 7.700 = \text{Rp. } 25.500$$

- Untuk pedagang pengumpul Kecamatan

$$\text{Bp} = \text{Rp. } 30.000$$

$$\text{maka } X = \text{Rp. } 55.000 - \text{Rp. } 30.000 = \text{Rp. } 25.000$$

- Untuk pedagang pengecer

$$Bp = Rp. 10.850$$

$$\text{maka } X = Rp. 43.500 - Rp. 10.850 = Rp. 37.150$$

- c. Mark up (% M) efisiensi pemasaran (Ep) di Kabupaten Dati II Jenepono

Mark up adalah margin pemasaran dibagi harga penjualan kali 100 % (margin dalam bentuk %).

- Untuk pedagang pengumpul desa dengan umur kambing

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{25.000} \times 100 \% = 20.0 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{30.000} \times 100 \% = 14.3 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{42.500} \times 100 \% = 11.8 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{5.000}{55.000} \times 100 \% = 9.1 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{7.500}{67.500} \times 100 \% = 11.1 \%$$

- Untuk pedagang perantara dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{2.500}{27.500} \times 100 \% = 9.1 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{3.750}{38.750} \times 100 \% = 9.7 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{3.250}{43.250} \times 100 \% = 7.5 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{6.250}{60.000} \times 100 \% = 10.4 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{17.500}{85.000} \times 100 \% = 20.6 \%$$

- Untuk pedagang penampung Kecamatan dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{35.000} \times 100 \% = 14.3 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{3.400}{40.800} \times 100 \% = 8.3 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{12.000}{56.000} \times 100 \% = 21.4 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{19.200}{80.000} \times 100 \% = 24.0 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{15.400}{100.000} \times 100 \% = 15.4 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{40.000} \times 100 \% = 12.5 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{5.000}{45.000} \times 100 \% = 11.1 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{10.000}{65.000} \times 100 \% = 15.4 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{15.000}{95.000} \times 100 \% = 15.8 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{8.300}{108.300} \times 100 \% = 7.7 \%$$

Efisiensi pemasaran adalah biaya pemasaran dibagi nilai produk yang dipasarkan kali 100 % ( $Bp/Hp \times 100 \% = Ep$ )

- Untuk pedagang pengumpul desa dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan } Ep = \frac{6.300}{25.000} \times 100 \% = 25,2 \%$$

$$5 \text{ bulan } Ep = \frac{6.300}{30.000} \times 100 \% = 21,0 \%$$

$$7 \text{ bulan } Ep = \frac{6.300}{42.500} \times 100 \% = 25,8 \%$$

$$1 \text{ tahun } Ep = \frac{6.300}{55.000} \times 100 \% = 11,5 \%$$

$$2 \text{ tahun } Ep = \frac{6.300}{67.500} \times 100 \% = 9,3 \%$$

$$Ep \text{ total} = 92,8 \%$$

- Untuk pedagang perantara dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan } Ep = \frac{7.700}{27.500} \times 100 \% = 28,0 \%$$

$$5 \text{ bulan } Ep = \frac{7.700}{38.350} \times 100 \% = 19,9 \%$$

$$7 \text{ bulan } Ep = \frac{7.700}{43.250} \times 100 \% = 17,8 \%$$

$$1 \text{ tahun } Ep = \frac{7.700}{60.000} \times 100 \% = 12,8 \%$$

$$2 \text{ tahun Ep} = \frac{7.700}{85.000} \times 100 \% = 9.1 \%$$

$$\text{Ep total} = 87.6 \%$$

- Untuk pedagang pedagang pengumpul Kecamatan dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan Ep} = \frac{30.000}{35.000} \times 100 \% = 85.7 \%$$

$$5 \text{ bulan Ep} = \frac{30.000}{40.800} \times 100 \% = 73.5 \%$$

$$7 \text{ bulan Ep} = \frac{30.000}{56.000} \times 100 \% = 53.6 \%$$

$$1 \text{ tahun Ep} = \frac{30.000}{80.000} \times 100 \% = 37.5 \%$$

$$2 \text{ tahun Ep} = \frac{30.000}{100.000} \times 100 \% = 30.0 \%$$

$$\text{Ep total} = 280.3 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan Ep} = \frac{10.850}{45.000} \times 100 \% = 24.1 \%$$

$$5 \text{ bulan Ep} = \frac{10.850}{50.000} \times 100 \% = 21.7 \%$$

$$7 \text{ bulan Ep} = \frac{10.850}{65.000} \times 100 \% = 16.7 \%$$

$$1 \text{ tahun Ep} = \frac{10.850}{95.000} \times 100 \% = 11.4 \%$$

$$2 \text{ tahun } E_p = \frac{10.850}{108.500} \times 100 \% = 10,0 \%$$

$$E_p \text{ total} = 83,9 \%$$

Rata-rata  $E_p$  untuk model jalur pemasaran pertama di Kabupaten Dati II Jeneponto adalah :

$$\begin{aligned} E_p &= \frac{92,8}{5} + \frac{87,6}{5} + \frac{280,3}{5} + \frac{83,9}{5} \\ &= \frac{18,56 + 17,52 + 56,06 + 16,78}{4} \\ &= \frac{108,92 \%}{4} \\ &= 27,2 \% \end{aligned}$$

3. Kabupaten Dati II Jeneponto, untuk model jalur pemasaran kedua yaitu : Peternak  $\rightarrow$  Pedagang Pengumpul  
 $\downarrow$   
 Pedagang Pengroer

a. Rata-rata harga kambing

- Peternak dengan umur kambing :

3 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 25.000
5 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 30.000
7 bulan harga penjualan (Hp)	= Rp. 38.600
1 tahun harga penjualan (Hp)	= Rp. 44.650
2 tahun harga penjualan (Hp)	= Rp. 60.000

- Pedagang pengumpul dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 25.000	Rp. 35.000
5 bulan	Rp. 30.000	Rp. 40.000
7 bulan	Rp. 39.000	Rp. 54.000
1 tahun	Rp. 51.000	Rp. 69.000
2 tahun	Rp. 60.000	Rp. 85.000

- Pedagang pengecer dengan umur kambing :

	Harga Pembelian (Hb)	Harga Penjualan (Hp)
3 bulan	Rp. 35.000	Rp. 45.000
5 bulan	Rp. 40.000	Rp. 50.000
7 bulan	Rp. 55.000	Rp. 70.000
1 tahun	Rp. 70.000	Rp. 85.000
2 tahun	Rp. 85.000	Rp. 100.000

b. Margin (M) dan keuntungan Pemasaran (X)

Margin pemasaran adalah selisih harga penjualan dan harga pembelian (  $M = Hp - Hb$  )

- Untuk pedagang pengumpul dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 35.000 - \text{Rp. } 25.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$5 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 40.000 - \text{Rp. } 30.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$7 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 54.000 - \text{Rp. } 39.000 = \text{Rp. } 15.000$$

$$1 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 69.000 - \text{Rp. } 51.000 = \text{Rp. } 18.000$$

$$2 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 85.000 - \text{Rp. } 60.000 = \text{Rp. } 25.000$$

$$Mn = \text{Rp. } 78.000$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 45.000 - \text{Rp. } 35.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$5 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 50.000 - \text{Rp. } 40.000 = \text{Rp. } 10.000$$

$$7 \text{ bulan } M = \text{Rp. } 70.000 - \text{Rp. } 55.000 = \text{Rp. } 15.000$$

$$1 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 85.000 - \text{Rp. } 70.000 = \text{Rp. } 15.000$$

$$2 \text{ tahun } M = \text{Rp. } 100.000 - \text{Rp. } 85.000 = \text{Rp. } 15.000$$

$$Mn = \text{Rp. } 65.000$$

Keuntungan pemasaran adalah selisih margin yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan ( $X = Mn - Bp$ ).

- Untuk pedagang pengumpul

$$Bp = \text{Rp. } 18.420$$

$$\text{maka } X = \text{Rp. } 78.000 - \text{Rp. } 18.420 = \text{Rp. } 59.580$$

- Untuk pedagang pengecer

$$Bp = \text{Rp. } 6.900$$

$$\text{Maka } X = \text{Rp. } 65.000 - \text{Rp. } 6.900 = \text{Rp. } 58.100$$

c. Mark up (% M) efisiensi pemasaran ( $E_p$ )

Mark up adalah margin pemasaran dibagi harga penjualan kali 100 % .

- Untuk pedagang pengumpul dengan umur kambing

$$3 \text{ bulan } \% M = \frac{10.000}{35.000} \times 100 \% = 28,6 \%$$

$$5 \text{ bulan } \% M = \frac{10.000}{40.000} \times 100 \% = 25,0 \%$$

$$7 \text{ bulan } \% M = \frac{15.000}{54.000} \times 100 \% = 27,8 \%$$

$$1 \text{ tahun } \% M = \frac{18.000}{69.000} \times 100 \% = 26,1 \%$$





$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{25.000}{85.000} \times 100 \% = 29.4 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan \% M} = \frac{10.000}{45.000} \times 100 \% = 22.2 \%$$

$$5 \text{ bulan \% M} = \frac{10.000}{50.000} \times 100 \% = 20.0 \%$$

$$7 \text{ bulan \% M} = \frac{15.000}{70.000} \times 100 \% = 21.4 \%$$

$$1 \text{ tahun \% M} = \frac{15.000}{85.000} \times 100 \% = 17.6 \%$$

$$2 \text{ tahun \% M} = \frac{15.000}{100.000} \times 100 \% = 15.0 \%$$

Efisiensi pemasaran adalah biaya pemasaran dibagi nilai produk yang dipasarkan kali 100 % ( $E_p = B_p/H_p \times 100 \%$ )

- Untuk pedagang pengumpul dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan } E_p = \frac{18.420}{35.000} \times 100 \% = 52.6 \%$$

$$5 \text{ bulan } E_p = \frac{18.420}{40.000} \times 100 \% = 46.1 \%$$

$$7 \text{ bulan } E_p = \frac{18.420}{54.000} \times 100 \% = 34.1 \%$$

$$1 \text{ tahun } E_p = \frac{18.420}{69.000} \times 100 \% = 26.7 \%$$

$$2 \text{ tahun } E_p = \frac{18.420}{85.000} \times 100 \% = 21.7 \%$$

$$E_p \text{ total} = 181.2 \%$$

- Untuk pedagang pengecer dengan umur kambing :

$$3 \text{ bulan Ep} = \frac{6.900}{45.000} \times 100 \% = 15.3 \%$$

$$5 \text{ bulan Ep} = \frac{6.900}{50.000} \times 100 \% = 13.8 \%$$

$$7 \text{ bulan Ep} = \frac{6.900}{70.000} \times 100 \% = 9.9 \%$$

$$1 \text{ tahun Ep} = \frac{6.900}{85.000} \times 100 \% = 8.1 \%$$

$$2 \text{ tahun Ep} = \frac{6.900}{100.000} \times 100 \% = 6.9 \%$$

$$\text{Ep total} = 54.0 \%$$

Rata-rata Ep untuk model jalur pemasaran kedua di Kabupaten Dati II Jenebonto adalah :

$$\begin{aligned} \text{Ep} &= \frac{181.2}{5} + \frac{54.0}{5} \\ &= \frac{36.2 + 10.8}{2} \\ &= \frac{47}{2} \\ &= 23.5 \% \end{aligned}$$

Rumus iklim Schmidt dan Fergusson (1951)

$$Q = \frac{\text{Jumlah rata-rata bulan kering}}{\text{Jumlah rata-rata bulan basah}} \times 100 \%$$

Kriteria bulan basah, lembab dan kering didasarkan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila curah hujan lebih kecil dari 60 mm disebut bulan kering.
- b. Apabila curah hujan antara 60 - 100 mm disebut bulan lembab.
- c. Apabila curah hujan lebih dari 100 mm disebut bulan basah.

Sedangkan untuk mengetahui type iklim suatu daerah, didasarkan dengan ketentuan sebagai berikut :

Type iklim A	adalah	Q =	0.00	-	14,30 %
Type iklim B	adalah	Q =	14,30	-	33,30 %
Type iklim C	adalah	Q =	33,30	-	60,00 %
Type iklim D	adalah	Q =	60,00	-	100,00 %
Type iklim E	adalah	Q =	100,00	-	167,00 %
Type iklim F	adalah	Q =	167,00	-	300,00 %
Type iklim G	adalah	Q =	300,00	-	700,00 %
Type iklim H	adalah	Q =	700,00		keatas %

Jumlah curah hujan setiap bulan di Kabupaten Takalar tahun 1984 - 1988 (mm) adalah :

Bulan	1984	1985	1986	1987	1988
1	240	83	339	121	383
2	65	115	139	210	308
3	160	122	339	250	360
4	287	64	473	125	443
5	176	121	320	115	864
6	143	116	295	126	333
7	170	126	411	117	177
8	86	14	88	99	17
9	46	17	57	7	5
10	52	128	55	12	4
11	143	111	474	65	220
12	123	224	470	16	377

Bulan Basah	8	9	7	7	9
Bulan Kering	2	1	3	3	3

$$Q = \frac{2.6}{8} \times 100 \% = 32.5 \% \text{ ( Type Iklim B )}$$

Jumlah curah hujan setiap bulan di Kabupaten Jeneponto tahun 1984 - 1988 ( mm ) adalah :

Bulan	1984	1985	1986	1987	1988
1	262	78	647	518	226
2	86	129	164	483	33
3	158	149	687	931	72
4	352	67	745	282	8
5	544	328	319	1973	130
6	251	119	619	114	148
7	148	232	175	91	56
8	34	58	98	25	153
9	171	78	12	-	68
10	12	127	53	80	29
11	16	204	266	875	15
12	185	318	660	257	36

$$\frac{\text{Bulan Basah}}{\text{Bulan Kering}} = \frac{8 \quad 8 \quad 9 \quad 8 \quad 4}{3 \quad 1 \quad 2 \quad 2 \quad 6}$$

$$Q = \frac{2,8}{7,4} \times 100 \%$$

$$= 37,1 \% \text{ ( Type Iklim C )}$$

## RIWAYAT HIDUP

Penulis adalah putri tunggal dari Ayah B. Hamzah BA dan Ibunda Seniawati Wahid.

Penulis dilahirkan pada tanggal 16 maret 1967 di Ujung Pandang, Propinsi Sulawesi Selatan.

### PENDIDIKAN :

1. Sekolah Dasar Negeri ( 6 tahun ), tahun 1974 - 1980 di Ujung Pandang.
2. Sekolah Menengah Pertama ( 3 tahun), tahun 1980-1983 di Ujung Pandang.
3. Sekolah Menengah Atas ( 3 tahun ), tahun 1983 - 1986 di Ujung Pandang.
4. Terdaftar pada Fakultas Peternakan, Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Universitas Hasanuddin Ujung Pandang pada tahun ajaran 1986.

P e n u l i s

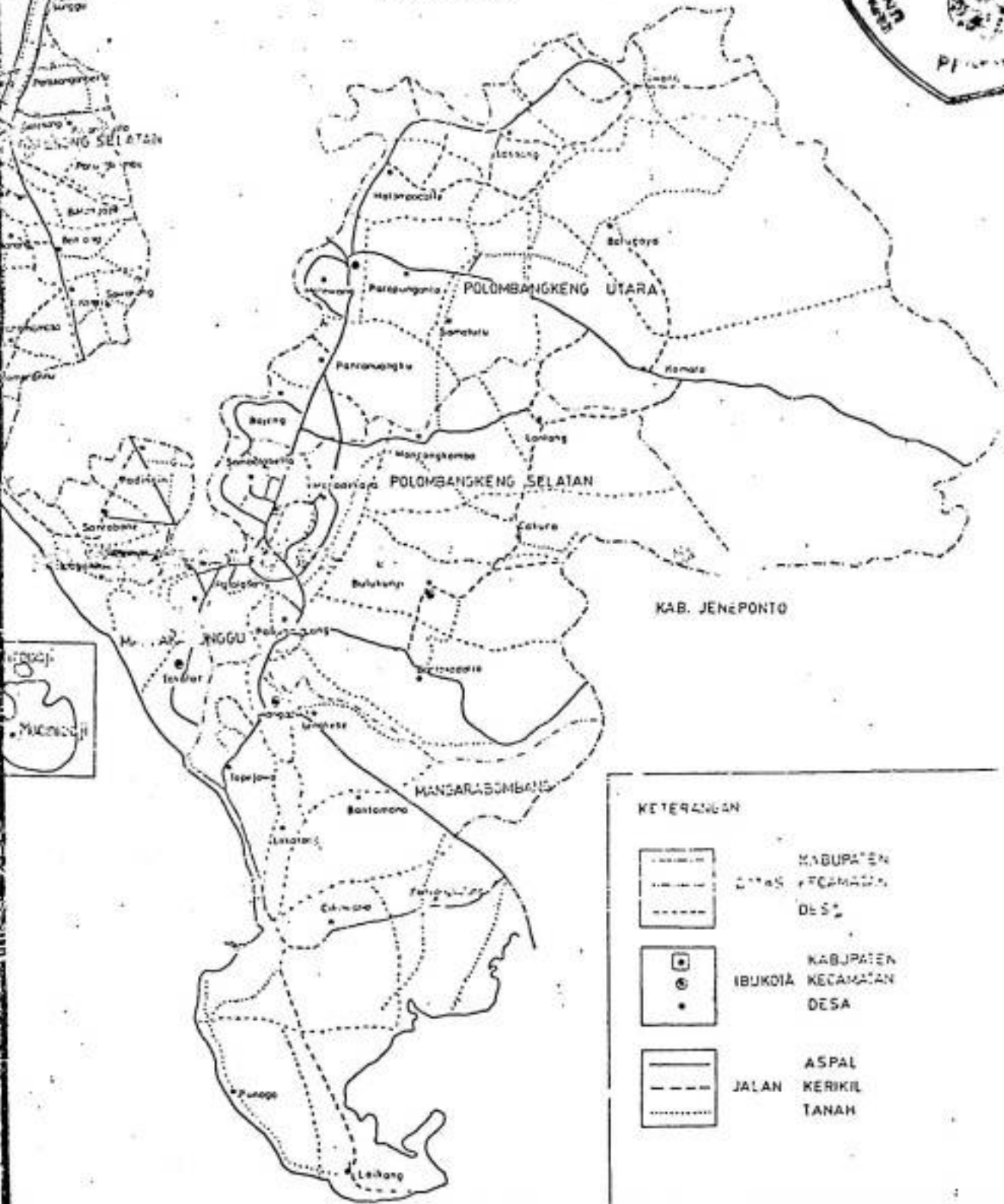


SKALA 1:250000

# KABUPATEN DATI II TAKALAR ADMINISTRATIF



KAB. GOWA



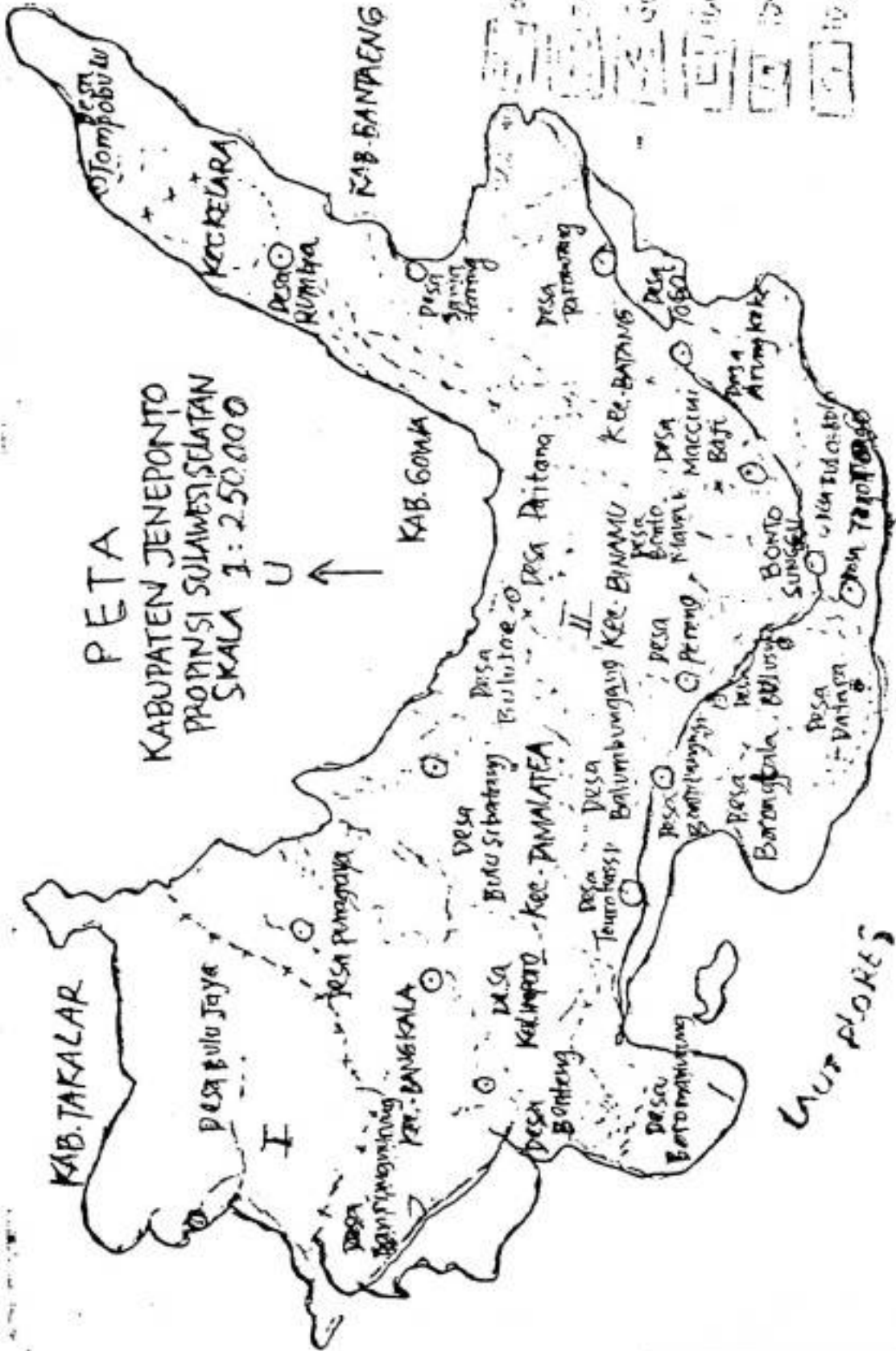
### KETERANGAN

-  KABUPATEN
-  KECAMATAN
-  DESA
-  KABUPATEN
-  IBUKOTA KECAMATAN
-  DESA
-  ASPAL
-  JALAN KERIKIL
-  TANAH

D.	KECAMATAN	KELURAHAN	DESA	DESPA'
1	Polombangkeng Selatan	5	2	2
2	Polombangkeng Utara	4	3	3
3	Galesong Selatan	-	6	6
4	Galesong Utara	-	6	5
5	Mangarabombang	-	5	4

**PETA**

KABUPATEN JENEPONTO  
PROPINSI SULAWESI SELATAN  
SKALA 1 : 250.000







**UJUNG PANDANG**