

**“ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG KAMBING DI  
PASAR HEWAN SILIR KOTA SURAKARTA”**



**SKRIPSI**

**Oleh**

**SIDHIK NURHIDAYAH**

**NPM. 2018080005**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK**

**SURAKARTA**

**2021**

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG**

**KAMBING DI PASAR HEWAN SILIR KOTA SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Pertanian Universitas Islam Batik Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Peternakan**

**OLEH**

**SIDHIK NURHIDAYAH**

**NPM. 2018080005**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK**

**SURAKARTA**

**2021**

**HALAMAN TUJUAN PENYUSUNAN**

Skripsi berjudul:

**“ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG  
KAMBING DI PASAR HEWAN SILIR KOTA SURAKARTA”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**SIDHIK NURHIDAYAH**

**NPM. 2018080005**

Telah disyahkan dan disetujui oleh Tim Pembimbing

Pada tanggal 24 Januari 2022

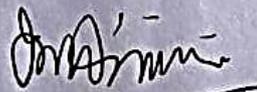
Dan dinyatakan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan

Surakarta, 24 Januari 2022

Universitas Islam Batik Surakarta

**Susunan Pembimbing  
Pembimbing Utama**



**Ir. Puji Astuti, M. P**  
**NIP. 19610524 1988032001**

**Dekan Fakultas Pertanian**



**Ir. M Ihsan, M.P**  
**NIDN.0019056201**

**Pembimbing Pendamping**



**Abdul Hakim S.Pt., M.Sc.**  
**NIDN. 0611128803**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

Skripsi berjudul:

**“ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG  
KAMBING DI PASAR HEWAN SILIR KOTA SURAKARTA”**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**SIDHIK NURHIDAYAH**  
**NPM. 2018080005**

**Telah disyahkan dan disetujui oleh Tim Pembimbing**

**Pada tanggal 24 Januari 2022**

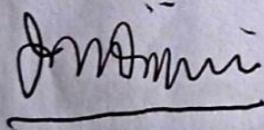
**Dan dinyatakan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan**

**Surakarta, 24 Januari 2022**

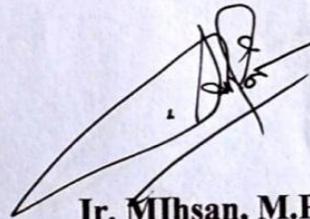
**Universitas Islam Batik Surakarta**

**Susunan Pembimbing  
Pembimbing Utama**



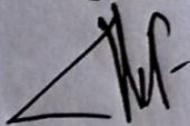
**Ir. Puji Astuti, M. P**  
**NIP. 19610524 1988032001**

**Dekan Fakultas Pertanian**



**Ir. Mihsan, M.P**  
**NIDN.0019056201**

**Pembimbing Pendamping**



**Abdul Hakim S.Pt., M.Sc.**  
**NIDN. 0611128803**

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**

Skripsi berjudul:

**“ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG  
KAMBING DI PASAR HEWAN SILIR KOTA SURAKARTA”**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**SIDHIK NURHIDAYAH**

**NPM. 2018080005**

**Telah disyahkan dan disetujui oleh Tim Penguji**

**Pada tanggal 24 Januari 2022**

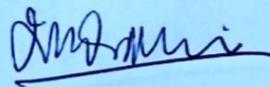
**Dan dinyatakan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan**

**Surakarta, 24 Januari 2022**

**Universitas Islam Batik Surakarta**

**Ketua Penguji**



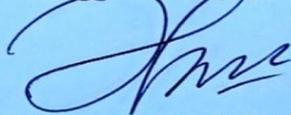
**Ir. Puji Astuti, M. P**  
**NIP. 19610524 1988032001**

**Sekretaris Penguji**



**Abdul Hakim S.Pt., M. Sc**  
**NIDN. 0611128803**

**Anggota Penguji**



**Andri Haryono AK, S.Pt., M. Sc**

**NIDN. 0602108601**

## HALAMAN MOTTO

1. Teruslah berusaha sesuai dengan kemampuanmu, “Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum-Nya hingga mereka mengubah diri mereka sendiri.” (QS. Ar-Ra’d:11)
2. Jangan menyerah dalam menyelesaikan revisi, “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah:5)
3. Mulailah melakukan pekerjaan dengan *Bismillaahirrohmaannirrokhim* untuk mendapat keberkahan dari Allah, karena “Setiap perkara yang tidak dimulai dengan mengingat Allah maka amalan tersebut terputus (kurang) keberkahannya.” (Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam)
4. Setelah melakukan kegiatan sesuai kemampuan, mendapatkan kemudahan, dan meminta keberkahan, maka “Ucapkan rasa syukur kepada Allah atas segala karunia yang Allah berikan kepada Makhuknya.” (Syarif Yunus)
5. “Orang boleh pandai setinggi langit, tapi selama ia tidak membuat karya melalui tulisan, ia akan hilang dalam masyarakat dan sejarah. Maka mulailah untuk membuat tulisan yang bermanfaat agar ilmu yang kamu miliki terus mengalir dalam masyarakat dan sejarah.” (Pramoedya Ananta)
6. “Kegagalan hanya terjadi ketika diri ini menyerah.” (Lessing)
7. “Ketika saya sukses maka saya telah belajar membuat diri saya melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah saya menyukainya atau tidak.” (Aldul Huxley)

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Sidhik Nurhidayah

NPM. : 2018080005

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta**“ adalah betul-betul hasil karya sendiri dan penelitian telah dilaksanakan di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta. Hal-hal yang bukannya saya dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surakarta, 24 Januari 2022  
Yang membuat pernyataan



Sidhik Nurhidayah

## PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta**”. Penyusunan skripsi merupakan salah satu kewajiban yang harus diselesaikan penulis sebagai mahasiswa SI Peernakan Universitas Islam Batik Surakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan. Penyusunan skripsi penulis tidak lepas dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Amir Junaidi, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta
2. Ir. M. Ihsan, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta
3. Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Peternakan, Universitas Islam Batik Surakarta
4. Putri Awaliya Dughita, S.Pt., M.Sc., selaku dosen pembimbingan akademik yang selalu mengarahkan dan memotivasi dalam kesuksesan akademik.
5. Ir. Puji Astuti, M.P., dan Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc., selaku pembimbing penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, kritik saran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf Universitas Islam Batik Surakarta yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan wawasannya.
7. Kedua orang tua saya tercinta bapak Tukimin dan Ibu Sunarningsih, terima kasih atas doa, kasih sayang, cinta dan semangat yang begitu tulus yang diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu memberikan rizki yang barokah, anak-anak yang sholeh/sholikhah, dan selamat dunia akhirat. Aamiin.

8. Serta sahabat yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat untuk penulis.

Akhirnya, dengan penuh kesadaran dan rendah hati bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Untuk itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surakarta, 27 Januari 2022

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta**”. Penyusunan skripsi merupakan salah satu kewajiban yang harus diselesaikan penulis sebagai mahasiswa Falkutas Pertanian Program Studi Peternakan Universitas Islam Batik Surakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan. Penyusunan skripsi penulis tidak lepas dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Mohamad Ihsan, selaku Dekan Fakultas Pertanian UniversitasI Islam Batik Surakarta
2. Ir. Puji Astuti, M.P., dan Bapak Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc., selaku pembimbing pertama dan pembimbing kedua.
3. Dosen-dosen Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Peternakan atas bimbingan dalam kegiatan perkuliahan, baik dalam tatap muka maupun arahan-arahan diluar perkuliahan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan yang lebih baik, Wassalamu AlaikumWr. Wb.

Surakarta, 22 Januari 2022

Penulis

## ABSTRAK

Nama : Sidhik Nurhidayah  
NPM : 2018080005  
Fakultas : Pertanian  
Program Studi : Perternaka  
Judul Skripsi : Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir  
Kota Surakarta  
Universitas Islam Batik Surakarta

---

---

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pendapatan pedagang kambing dan jenis kambing yang paling menguntungkan. Kota Surakarta memiliki beberapa pasar tradisional yang digunakan untuk jual beli kambing khususnya di Kecamatan Pasar Kliwon terdapat Pasar Silir. Pasar Silir Surakarta merupakan salah satu pasar hewan kambing yang potensial untuk jual beli kambing. Responden pada penelitian ini sebanyak 40 pedagang kambing. Penelitian dilakukan di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta pada bulan Desember-Januari 2021. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, metode survey (studi kasus). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pendapatan pedagang kambing rata rata Rp. 17.000.000 perbulan dengan penjualan 60-70ekor perbulan dan Keuntungan perekor kambing Peranakan etawa Rp.283.140, Kacang Rp.236.890, Bakalan jantan Rp. 301.890, Babon bawa Rp.428.140, Doro Rp.334.390, Cempe Rp.171.890 dan kambing bunting Rp.304.390 pendapatan perekor kambing yang paling tinggi yaitu babon bawa anak. Efisiensi pemasaran dipasar silir kurang dari 100% sehingga pemasaran di Pasar Hewan Silir efisien. kambing terbanyak keuntungan perekornya yaitu kambing babon bawa anak.

Kata Kunci: Pendapatan, Pedagang Kambing, Pasar Silir



## **ABSTRACT**

*Name* : Sidhik Nurhidayah  
*NPM* : 2018080005  
*Faculty* : Agriculture  
*Study Program* : Animal Husbandry  
*Title* : *Income Analysis of Goat Traders at the Silir Animal Market  
Surakarta City  
Islam Batik Surakarta University*

---

---

*The purpose of this study was to determine the income of goat traders and the most profitable types of goats. The city of Surakarta has several traditional markets that are used for buying and selling goats, especially in Pasar Kliwon District, there is the Silir Market. The Silir Market in Surakarta is one of the potential goat markets for buying and selling goats. Respondents in this study were 40 goat traders. The research was conducted at the Silir Animal Market in Surakarta City in December-January 2021. The study used a quantitative approach, survey method (case study). Data collection techniques using observation, interviews and documentation. The average income of goat traders is Rp. 17,000,000 per month with sales of 60-70 heads per month and the profit per Peranakan Etawa goat is Rp.283.140, Peanuts Rp.236,890, Bakalan Jantan Rp. 301,890, Baboons bring Rp.428,140, Doro Rp.334,390, Cempe Rp.171,890 and goats tails Rp.304,390 the highest income per goat is baboons with children. Marketing efficiency in the Silir market is less than 100% so that marketing in the Silir Animal Market is efficient. The goat with the most profit per head is the baboon goat with the child.*

*Keywords: Income, Goat Traders, Silir Market*

## DAFTAR ISI

Sampul .....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Tujuan Penyusunan .....	iii
Halaman Pengesahan Pembimbing.....	iv
Halaman Pengesahan Penguji .....	v
Halaman Motto.....	vi
Pernyataan Orisinilitas .....	vii
Prakata .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Abstrak .....	x
<i>Abstract</i> .....	xi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Diagram.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
A. Tinjauan Umum Ternak Kambing.....	5
B. Pengertian Pemasaran .....	7
C. Arti Ekonomi Kambing .....	8
D. Analisis Pendapatan Pedagang .....	10
1. Skala Usaha/Jumlah Ternak.....	11
2. Umur Peternak .....	11
3. Tingkat Pendidikan .....	11
4. Pengalaman .....	11
5. Tenaga Kerja .....	11
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>12</b>
A. Waktu dan Lokasi .....	12
B. Populasi dan Sample.....	12
1. Populasi Penelitian.....	12
2. Sample Penelitian.....	12
C. Teknik Pengumpulan Data.....	13
D. Variabel Penelitian .....	14
E. Jenis dan Sumber Daya.....	14
F. Analisis Data.....	14

G. Margin Pemasaran .....	15
H. Efisiensi Pemasaran .....	13
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	19
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	19
1. Letak dan Keadan Geografi .....	19
2. Produksi Daging.....	20
3. Pertambahan Penduduk .....	20
4. Pasar Hewan Silir Surakarta.....	20
B. Kondisi Umum Responden .....	21
1. Umur .....	21
2. Jenis Kelamin Pedagang .....	22
3. Tingkat Pendidikan .....	22
4. Pengalaman Pedagang.....	23
C. Analisis Pengeluaran.....	24
1. Biaya Tetap .....	24
2. Biaya Variabel.....	26
D. Analisis Penerimaan .....	34
E. Analisis Pendapatan, Efisiensi, dan MArgin .....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	39
A. Kesimpulan .....	39
B. Saran .....	39
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pemeluk Agama di Kota Surakarta.....	2
Tabel 3.1. Variabel Penelitian.....	15
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kota Surakarta .....	21
Tabel 4.2. Keadaan Responden Berdasarkan Umur .....	22
Tabel 4.3. Keadaan responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	22
Tabel 4.4. Keadaan Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan .....	23
Tabel 4.5. Keadaan Responden Berdasarkan Lama Berdagang .....	24
Tabel 4.6. Total Biaya Tetap Tiap Bulan.....	25
Tabel 4.7. Asal Wlayah Pedagang Kambing .....	26
Tabel 4.8. Biaya Variabel Tiap Bulan .....	28
Tabel 4.9. Total Biaya Pengeluaran Tiap Bulan .....	34
Tabel 4.10. Total Biaya Lain-Lain (Rupiah/Ekor).....	34
Tabel 4.11. Total Biaya Pembelian Kambing (Rupiah/Ekor).....	35
Tabel 4.12. Total Penerimaan Berdasarkan Skala .....	36
Tabel 4.13. Penerimaan Kambing (Rupiah/Ekor).....	36
Tabel 4.14. Analisis Pendapatan Berdasarkan Skala .....	37
Tabel 4.15. Analisis Pendapatan Berdasarkan Jenis Kambing .....	38

## **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 4.1. Biaya Pembelian Peranakan Etawa.....	29
Diagram 4.2. Biaya Pembelian Kambing Kacangan.....	30
Diagram 4.3. Biaya Pembelian Bakalan Jantan .....	30
Diagram 4.4. Biaya Pembelian Babon Bawa Anak .....	31
Diagram 4.5. Biaya Pembelian Doro/Demere.....	31
Diagram 4.6. Biaya Pembelian bibit/Cempe.....	32
Diagram 4.7. Biaya Pembelian Kambing Bunting.....	32

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1. Peta Kota Surakarta.....	19
--------------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sub sector Peternakan memiliki potensi dan peluang yang cukup besar dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani bagi masyarakat. Sub sector Peternakan merupakan bagian dari Sektor Pertanian yang berupaya dalam membantu mencukupi kebutuhan pangan di Indonesia. Kebutuhan pangan di Indonesia sangat dipengaruhi oleh beberapa factor misalnya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan protein hewani. Menurut Hamarong (2014), Meningkatnya permintaan terhadap produk peternakan seperti daging, susu dan telur bisa menyebabkan peningkatan pendapatan masyarakat. Salah-satu jenis ternak yang cukup potensial untuk dikembangkan adalah ternak kambing. Namun peranan ternak kambing di Indonesia sebagai penghasil daging dalam menunjang penyediaan kebutuhan daging nasional masih rendah, tidak lebih dari 5% dari komponen kebutuhan daging yang ada (Haryanto dkk, 1997). Meskipun demikian ternak kambing merupakan komponen penting dalam usaha tani rakyat karena pemeliharaan kambing dapat membantu kemandirian ekonomi rakyat dengan pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia disekitar.

Populasi ternak kambing di Indonesia mencapai 19.096,381 ekor yang tersebar di berbagai wilayah (Direktorat Jenderal Peternakan, 2020), Populasi tersebut sebagian besar terkonsentrasi di Jawa tengah yang mencapai 12.177,28 ekor dari populasi nasional. Populasi kambing selama 3 tahun terakhir mengalami pertumbuhan populasi meningkat pada tahun 2018 (11.819,85 ekor) dan tahun 2020 meningkat (12.177,28 ekor).

Kambing memiliki prospek yang baik dalam pasar, sebab kondisi masyarakat Indonesia khususnya pada Kota Surakarta mayoritas beragama Islam yang memanfaatkan daging kambing sebagai sarana ibadah misalnya akikah, syukuran keluarga, serta pemotongan hewan qurban pada saat seremoni hari akbar

Islam yaitu di Idul Adha. Data pemeluk agama pada Kota Surakarta tersaji dalam table 1.1 yaitu:

**Tabel 1.1. Pemeluk Agama di Kota Surakarta**

Kecamatan.	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut (Jiwa)					
	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
	2020	2020	2020	2020	2020	2020
Laweyan	87 783	9 167	5 554	105	139	14
Serengan	41 598	8 646	4 002	11	232	12
Pasar Kliwon	76 879	5 698	4 535	14	150	6
Jebres	105 751	27 993	14 333	100	508	91
Banjarsari	144 096	28 350	12 125	133	288	37
Kota Surakarta	456 107	79 854	40 549	363	1 317	160

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta

Kota Surakarta memiliki beberapa kecamatan yang berpotensi dalam menghasilkan daging kambing. Produksi daging kambing dihasilkan dari berapa rumah potong hewan (RPH) yang ada di beberapa kecamatan di kota Surakarta sebesar 193.888 kwintal/tahun. Kota Surakarta memiliki beberapa pasar tradisional yang digunakan untuk jual beli kambing khususnya di Kecamatan Pasar Kliwon yaitu Pasar Silir. Kondisi Pasar Silir sangat menguntungkan bagi pedagang kambing karena letaknya yang strategis dan akses transportasi yang mudah. Data produksi daging kambing disajikan dalam tabel 1.2 dibawah ini:

**Tabel 1.2. Data Produksi Daging Menurut Jenis dan Kecamatan di Kota Surakarta**

Kecamatan	Satuan
Laweyan	30.408
Serengan	-
Pasar kliwon	193.888
Jebres	-
Banjarsari	45.640
Jumlah	269.936

*Sumber: Pusat Statistika Kota Surakarta, 2021*

Kontribusi penting yang diperankan oleh ternak kambing merupakan suatu potensi untuk mendorong semakin meningkatnya skala usaha pemeliharaan kambing sesuai dengan kapasitas daya dukung yang tersedia. Peningkatan skala usaha dan orientasi usaha kearah usaha yang komersial-intensif akan

meningkatkan efisiensi produksi dan dapat memberi kontribusi pendapatan yang lebih nyata untuk peternak dengan demikian pola usaha diharapkan akan berubah kearah yang lebih intensif. Nilai ekonomi, sosial, dan budaya Pedagang kambing sangat nyata. Besarnya nilai sumber daya untuk meningkatkan pendapatan keluargapeternak dalam bisa mencapai 14-25 % dari total pendapatan keluarga, namun juga semakin tinggi tingkat perluasan lahan kambing, semakin besar nilai sumber daya yang akandihasilkan dalam berdagang kambing (Hanum,2010).

Pasar Silir Surakarta merupakan salah satu pasar hewan kambing yang potensial untuk peternak kambing. Ternak kambing merupakan salah satu sumber pendapatan keluarga selain bertani. Bagi masyarakat Kota Surakarta, beternak kambing merupakan usaha sampingan, yaitu ternak kambing sebagai tabungan, karena dapat memenuhi tiga biaya kebutuhan keluarga seperti pembayaran biaya sekolah, biaya pernikahan ananak dan kelahiran, dan biaya kesehatan. Beternak kambing juga mudah dilakukan dan menguntungkan dan mudah dilakukan, maka penelitian yang berjudul “Analisis Pendapatan pedagang Kambing pada pasar Hewan Silir Kota Surakarta “.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tentang “Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Silir Kota Surakarta”, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Berapa pendapatan pedagang kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta?
2. Kambing jenis apa yang memiliki keuntungan paling tinggi di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan peneliti ini yaitu:

1. Menganalisis pendapatan pedagang kambing Pasar Silir di kota Surakarta.
2. Mengidentifikasi jenis kambing berdasarkan tingkat keuntungan di Pasar Silir Kota Surakarta

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Kambing Di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta”, yaitu:

1. Bagi masyarakat, untuk menambah wawasan dalam pemasaran kambing dan meningkatkan keminatan menjadi pedagang kambing. Menjadi pedagang kambing bisa jadi pekerjaan pokok maupun pekerjaan sampingan.
2. Bagi akademisi, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan data masukan bagi pengembangan ilmu pengatuhan dan teknologi penelitian yang akan datang

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Ternak Kambing**

Kambing adalah ternak yang pertama kali didomestikasi oleh manusia atau yang kedua setelah sapi. sering dikenal sebagai ternak ruminansia kecil merupakan ternak herbivora yang sangat populer di kalangan petani Indonesia, terutama yang tinggal di pulau Jawa. Kambing sudah lama diusahakan sebagai usaha sampingan atau tabungan karena pemeliharaan dan pemasaran hasil produksinya relatif mudah. Produksi yang dihasilkan dari ternak kambing yaitu, daging, susu, kulit, bulu, dan kotoran sebagai pupuk yang sangat bermanfaat (Susilorini, dkk, 2008).

Kambing tersebar luas di daerah pedesaan dan biasanya dipelihara dengan tujuan sebagai tabungan hidup maupun sebagai ternak potong/ternak susu untuk konsumsi keluarga disamping kotorannya dapat dipergunakan untuk pupuk yang baik bagi tanaman. Pemeliharaan ternak ini di pedesaan merupakan bagian dari usaha tani secara keseluruhan dalam skala yang relatif kecil dengan rata-rata jumlah kepemilikan sebanyak 3-5 ekor/keluarga petani. Keadaan ini membuktikan bahwa ternak kambing belum mendapatkan perhatian yang besar dalam hal peningkatan potensinya sebagai pemasok daging untuk dapat ditingkatkan kepada skala produksi yang secara ekonomis memberikan keuntungan yang optimal (Hermawan, 2009).

Kambing merupakan salah satu jenis ternak ruminansia kecil yang telah dikenal secara luas di Indonesia. Ternak kambing memiliki potensi produktivitas yang cukup tinggi. Kambing di Indonesia telah dimanfaatkan sebagai ternak penghasil daging, susu, maupun keduanya (dwiguna) dan kulit. Kambing secara umum memiliki beberapa keunggulannya antara lain mampu beradaptasi dalam kondisi yang ekstrim, tahan terhadap beberapa penyakit, cepat berkembang biak dan prolific (beranak banyak). Kambing merupakan mamalia yang termasuk Ordo Artiodactyla, SubOrdo Ruminansia, Famili

Bovidae, dan Genus Capra (Devendra dan Burn,1994). Menurut Williamson dan Payne (1993), kambing peliharaan terdiri atas lima spesies yaitu Capra ibex, Capra Hircus, Capra Caucasica, Capra Pyrenaica, dan Capra Falconeri.

Peternakan adalah praktek untuk membudidayakan binatang ternak. Menurut Rosyid (2009), peternakan adalah usaha manusia untuk mendayagunakan hewan bagi kesejahteraan umat manusia. Kegunaan yang diperoleh manusia dari ternak yang dipeliharanya, antara lain tenaga kerja: makanan berupa daging, telur, dan susu; olah raga dan rekreasi; serta kotoran yang digunakan sebagai pupuk organik. Ternak kambing sudah lama diusahakan oleh masyarakat sebagai usaha sampingan atau tabungan karena pemeliharaan dan pemasaran hasil produksi (baik daging, susu, kotoran maupun kulitnya) relatif mudah. Berdasarkan cara beternaknya, kambing dapat dipelihara dengan sistem intensif, semi-intensif, atau ekstensif. Pemeliharaan dengan sistem intensif cocok dilakukan apabila beternak kambing dijadikan sebagai mata pencaharian. Pemeliharaan sistem semi-intensif dan ekstensif dilakukan apabila beternak kambing hanya sebagai usaha sampingan. Keberhasilan penerapan ketiga sistem peternakan tersebut tergantung pada kesungguhan dan perhatian peternak terhadap kambing peliharaannya.

Kambing lokal Indonesia adalah kambing tropis yang telah didomestikasi menjadi plasma nutfah di Indonesia (Subandriyo, 2004). Kambing lokal memiliki suatu karakteristik khas yang hanya dimiliki ternak tersebut setelah berkembang beberapa generasi dan mendiami suatu wilayah (Ilham, 2014). Jumlah populasi kambing lokal di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, jumlah tersebut sebesar 18.879.600 ekor pada tahun 2015 atau mengalami pertumbuhan sebesar 1,29% dari tahun sebelumnya (Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2015).

Kambing lokal Indonesia memiliki kemampuan beradaptasi sangat baik terhadap suatu agroekosistem yang spesifik mengikuti lingkungan dan manajemen pemeliharaan di tempat hidupnya (Batubara dkk., 2006). Kambing lokal termasuk ternak yang cepat mengalami dewasa kelamin,

mudah disilangkan dengan bangsa kambing lain dan mampu bertahan dengan pakan kualitas rendah (Doloksaribu dkk., 2005).

## **B. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. Dalam hal ini perlu diketahui beberapa definisi pemasaran. Menurut Kotler:1998 “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Sedang definisi menurut William J.Stanton, (1984:7) yaitu: “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Basu dan Hani 2004:4).

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan strategi penjualan dan untuk memperoleh keuntungan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut American Marketing Assosiation dalam Sudaryono (2016 :41) Pemasaran adalah fungsi dari organisasi dan serangkaian suatu proses penciptaan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para konsumen serta mengelola hubungan antara konsumen dengan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi konsumen dan produsen.

Menurut Kotler (dalam Sudaryono, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana suatu individu ataupun kelompok mendapatkan apa

yang mereka inginkan serta butuhkan dengan penciptaan dan pertukaran suatu produk. Menurut Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain.

### **C. Arti Ekonomi Kambing**

Usaha Kambing memberikan pendapatan dan tambahan penghasilan bagi pedagang kambing atau peternak, karena cepat berkembang biak. Selain itu juga tidak memerlukan modal yang banyak dan cara pemeliharaannya mudah. Hal ini sangat didukung dengan keadaan-keadaan di Surakarta. Karena daerah ini mempunyai kekayaan akan berbagai tanaman yang bisa dimanfaatkan sebagai sumber pakan ternak kambing Ternak kambing di Indonesia dipelihara sebagai tabungan, penghasil pupuk kandang, penghasil daging, susu dan kulit serta untuk meningkatkan status sosial bagi pemiliknya. Pemeliharaan ternak kambing dilakukan secara sederhana, sebagai usaha sampingan untuk tambahan penghasilan keluarga. Selain sebagai usaha sampingan, kambing dapat pula dijadikan sumber mata pencaharian, kalau petani peternak punya modal cukup, punya perhatian khusus terhadap budidaya dan perkembangan ternaknya, mampumenerapkan manajemen usaha yang baik, tahu ilmu dagang dan tidak buta perkembangan harga pasar (Sarwono, 2007).

Murtidjo (1993) bahwa secara ekonomis kambing memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan ternak ruminansia lainnya, diantaranya:

1. Tubuh ternak kambing relatif kecil dan cepat dewasa kelamin. Kambing merupakan ternak ruminansia kecil, yang dalam pemeliharaan tidak memerlukan lahan/tanah yang luas Investasi usaha ternak kambing membutuhkan modal relatif kecil, sehingga setiap investasi lebih banyak unit produksi yang dapat dicapai.
2. Modal usaha untuk ternak kambing lebih cepat berputar, karena ternak kambing lebih cepat dewasa kelamin dan dapat lebih cepat dipotong dibandingkan dengan ternak ruminansia besar.

3. Karkas kambing yang kecil akan lebih mudah dijual sehingga relatif lebih cepat dikonsumsi. Pedagang kambing atau Peternak kambing akan memberikan pendapatan tambahan bagi, karena cepat berkembang biak dan nilai jualnya yang tergolong muda. Selain itu juga tidak memerlukan modal. Hal ini sangat didukung dengan keadaan di Surakarta. Karena daerah ini mempunyai kekayaan akan berbagai tanaman yang bisa dimanfaatkan sebagai sumber pakan ternak kambing (Anonim,2012).

Skala usaha sangat terkait dengan ketersediaan input dan pasar. Skala usaha hendaknya diperhitungkan dengan matang sehingga produksi yang dihasilkan tidak mengalami kelebihan pasokan atau kelebihan permintaan. Begitu juga ketersediaan input, seperti modal, tenaga, bibit, peralatan, serta fasilitas produksi dan operasi lainnya harus diperhitungkan. Skala usaha yang besar, akan mendapatkan sebuah kondisi dimana rata-rata total biaya produksi lebih rendah bila output dari produksi yang tinggi. Namun, kenyataannya di lapangan sering kali skala besar menjadi tidak ekonomis yang disebabkan oleh karakteristik produk dan produksi komoditas pertanian/peternakan yang khas. Oleh karena itu dalam merencanakan usaha produksi maka keputusan mengenai skala usaha menjadi sangat penting (Sa'id dan Intan, 2001). Menurut Krisna dan Harry (2014), Tingkat kepemilikan ternak merupakan banyaknya jumlah ternak yang dipelihara oleh petani ternak atau diusahakan dalam satu kali periode pemeliharaan.

Perskalausahaan pada umumnya untuk memaksimalkan laba, yaitu selisih antara penerimaan total dengan biaya total. Sedangkan laba ekonomis adalah selisih positif antara penerimaan dan biaya (termasuk biaya kepada pemilik). Selanjutnya dikatakan bahwa penerimaan perskalausahaan bersumber dari pemasaran atau penjualan hasil skala usaha, seperti panen tanaman dan barang olahan seperti panen dari peternakan dan barang olahannya (Soekartawi, 1995).

#### **D. Analisis Pendapatan Pedagang**

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Penghasilan meliputi pendapatan maupun keuntungan. Sedangkan pendapatan menurut Soeharjo (1978), adalah selisih antara nilai produksi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Pendapatan kotor usaha tani dalam jangka waktu tertentu merupakan nilai produksi total usaha tani, baik dijual maupun tidak. Jadi pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dalam proses produksi dengan menghitung pengeluaran yang diberikan pada waktu pengelolaan lahan peternakan.

Untuk mengetahui tingkat pendapatan yang dapat diterima atau yang dapat diperoleh dari suatu kegiatan usaha dapat diukur dengan suatu alat analisis. Kegunaan alat analisis ini penting bagi pemilik faktor produksi dan penjualan, karena ada dua tujuan analisis pendapatan yaitu menggambarkan keadaan yang akan datang dari perencanaan atau tindakan dan menggambarkan keadaan sekarang suatu kegiatan usaha. Bagi petani atau peternak, analisis pendapatan berguna untuk memberikan bantuan atau mengukur apakah kegiatan usahanya pada saat ini berhasil atau tidak. Menurut Surya (2009), menyatakan bahwa beberapa karakteristik sosial peternak yang diduga berpengaruh terhadap penentu pendapatan usaha para peternak yaitu:

##### **1. Skala Usaha/Jumlah Ternak**

Usaha yang bersifat tradisional diwakili oleh petani dengan lahan sempit yang mempunyai 1-7 ekor ternak. Berdasarkan kepemilikan lainnya, petani Indonesia dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu: (1) petani yang tidak memiliki

lahan (landlesslabor); (2) petani pemilik lahan; dan (3) petani pemilik penyewa penggarap, artinya selain menyewa lahan juga memiliki lahan sendiri.

## 2. Umur Peternak

Semakin tinggi usia seseorang semakin kecil ketergantungannya kepada orang lain atau semakin mandiri. Semakin muda usia peternak (usia produktif 20- 45 tahun) umumnya rasa keingintahuan terhadap sesuatu semakin tinggi dan minat untuk mengedopsi terhadap introduksi teknologi semakin tinggi.

## 3. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan pedagang atau peternak maka akan semakin tinggi kualitas sumberdaya manusia, yang pada gilirannya akan semakin tinggi pula produktivitas kerja yang dilakukannya.

## 4. Pengalaman

Pengalaman seseorang dalam berusaha tani berpengaruh terhadap penerima inovasi dari luar. Faktor penghambat berkembangnya peternakan pada suatu daerah tersebut dapat berasal dari factor-faktor topografi, iklim, keadaan sosial, tersedianya bahan-bahan makanan rerumputan atau penguat, disamping itu faktor pengalaman yang dimiliki peternak masyarakat sangat mencantumkan pula perkembangan peternakan didaerah itu

## 5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan alat kekuatan fisik dan otak manusia yang tidak dapat dipisahkan dari manusia dan ditujukan pada usaha produksi. Tenaga kerja berikatan erat dengan konsep penduduk, dalam hal ini pengertian tenaga kerja adalah semua penduduk usia kerja (17-65 tahun) yakni penduduk yang potensial dapat bekerja dan yang tidak bekerja tetapi siap untuk bekerja atau yang sedang mencari pekerjaan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu Dan Lokasi**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021 di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta. Adapun alasan memilih lokasi tersebut karena lokasi tersebut merupakan lokasi pemasaran kambing terbanyak di Kota Surakarta.

#### **B. Populasi Dan Sampel**

##### **1. Populasi penelitian**

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:117). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang ternak kambing di Pasar Silir Kota Surakarta yang berjumlah 40 pedagang kambing .

##### **2. Sempel penelitian**

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2010:109). Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010:112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode Simple Random Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Dengan probability sampling, maka pengambilan sampel secara acak atau random dari populasi yang ada (Sugiyono, 2010:120).

Simple Random Sampling dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Simple random sampling adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Maka setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya.

Cara tersebut dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Teknik tersebut dapat dipergunakan bila jumlah unit sampling dalam suatu populasi tidak terlalu besar. Cara pengambilan sampel dengan simple random sampling dapat dilakukan dengan metode undian, ordinal, maupun tabel bilangan random.

Jumlah pedagang kambing di Pasar Silir Kota Surakarta yang kurang dari 100 pedagang, maka sangat sesuai penggunaan teknik probability sampling dengan metode Simple Random Sampling. Oleh karena itu, sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 40 populasi.

### **C. Tehnik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode survey, menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Berdasarkan instrument tersebut dibuat daftar pertanyaan secara terstruktur yang bersifat terbuka. Pada tahap pengumpulan data dilakukan.

1. Wawancara (interview) yaitu pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada responden.
2. Observasi yaitu tehnik pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti
3. Dokumentasi yaitu pengumpulan data berdasarkan dokumen dokumen yang mendukung Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara, sedangkan data sekunder di dapatkan dari jurnal, koran, dokumen Dinas/Instansi terkait.

#### D. Variabel Penelitian

Variabel ini terdiri atas satu variabel pendapatan usaha ternak kambing. Pengukuran ini didasarkan dari wawancara dengan pihak peternak. Adapun indikatornya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Variabel Penelitian**

<b>Variable</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator Pengukuran</b>
Pendapatan	Total Penerimaan (TR)	<b>Penerimaan Usaha</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penjualan Kambing</li> <li>○ Jenis kambing</li> </ul>
	Total Biaya (TC)	<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Transportasi</li> <li>○ Penyusutan kandang</li> <li>○ Retribusi</li> </ul> <b>Biaya Variabel (Variabel Cost)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pembelian Kambing</li> <li>○ Pakan</li> <li>○ Obat ternak</li> <li>○ Listrik</li> <li>○ Air</li> </ul>

#### E. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer yaitu data mentah yang bersumber dari hasil penyebaran kuisioner dan wawancara secara langsung dengan pedagang kambing.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, situs, artikel jurnal yang telah tersedia.

#### F. Analisa Data

Analisi data yang digunakan Untuk mengetahui seberapa besar pendapatan Peternak Kambing maka digunakan rumus:

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan:

Pd = Total Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC= Total Biaya (Rp)

Dimana:

Total Pendapatan(PD) : Seluruh pendapatan bersih yang diperoleh dari jumlah barang yang terjual.

Total Penerimaan (TR) : Jumlah seluruh penerimaan dari hasil penjualan sejumlah produk.

Total Biaya(TC) : Semua pengorbanan yang dilakukan untuk suatu periode penjualan yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi

Total biaya terbagi atas dua variabel yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Tetap (Fixed Cost)
2. Biaya Variable (Variable Cost)

Berdasarkan hasil dari perolehan jumlah perbandingan pendapatan dari peternak dilakukan penjumlahan agar didapatkan gambaran pendapatan untuk jumlah ternak yang dipelihara Peternak.

## **G. Margin Pemasaran**

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen (Sudiyono 2004). Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga.

Menurut Kim dan Sounghun (2015) margin distribusi (pemasaran) dapat didefinisikan sebagai harga yang dibayarkan oleh konsumen ke sektor distribusi atau harga untuk layanan yang diberikan selama proses distribusi, yang merupakan jumlah dari biaya yang dikeluarkan selama proses distribusi dan keuntungan yang diperoleh oleh peserta distribusi. Biaya pemasaran terdiri dari: biaya langsung, biaya transportasi, biaya pengepakan, biaya penyimpanan, sewa,

penjualan dan biaya administrasi, biaya utilitas dan lain-lain. Margin pemasaran secara sistematis dapat diketahui rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf \text{ atau } MP = \sum Bi + \sum Ki$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat produsen / petani (Rp/Kg)

$\sum Bi$  : Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran (B1, B2, B3, ...Bn)

$\sum Ki$  : Jumlah biaya yang diperoleh lembaga pemasaran (K1, K2, K3, ...Kn)

## H. Efisiensi Pemasaran

Istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (performance) proses pemasaran. Hal ini mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Menurut Quilkey (1986) dalam Sudiyono (2004) mengemukakan tiga kriteria umum efisiensi ekonomi yaitu: 1) Efisiensi Produksi, 2) Efisiensi Distribusi, 3) Kombinasi Produk Optimum.

Menurut Mubyarto (1985) dalam Jumiati (2013) ada dua persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu: 1) mampu menyelesaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan 2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu.

Menurut Sudiyono (2004) suatu proses pemasaran dikatakan efisiensi apabila:

1. Output tetap konstan dicapai dengan input yang lebih sedikit.
2. Output meningkat sedangkan input yang digunakan tetap konstan.

3. Output dan input sama sama mengalami kenaikan, tetapi laju kenaikan output lebih cepat daripada laju input.
4. Output dan input sama-sama mengalami penurunan tetapi laju penurunan output lebih lambat daripada laju penurunan input.

Adapun indikator- indikator yang biasanya digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran, harga ditingkat konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan intensitas persaingan pasar.

Menurut Darmawati (2005) dalam Octaviani (2015) bila bagian yang diterima produsen <50% dan margin pemasaran >50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% dan margin pemasaran <50% maka saluran pemasaran dikatakan efisien. Untuk menghitung persentase margin pemasaran digunakan rumus:

$$MP = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat produsen / petani (Rp/Kg)

**Konsep Operasional**

1. Pedagang kambing orang yang melakukan perdagangan atau memperjual belikan kambing untuk memperoleh suatu keuntungan
2. Kambing adalah kambing merupakan hewan herbivora berukuran sedang dan memamah biak. Kambing jantan, kambing bunting, kambing beranak, kambing dere/ remaja dan pembibitan kambing
3. Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan usaha penjualan kambing (pendapatan kotor) dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses pemeliharaan dinyatakan dalam rupiah (Rp) per Periode.
4. Penerimaan adalah nilai ternak harga jual yang dinyatakan dalam rupiah (Rp) per periode.
5. Biaya adalah semua pengorbanan yang dilakukan untuk suatu proses produksi yang dinyatakan dalam satuan uang menurut harga pasar yang berlaku.
6. Biaya total adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama satu periode produksi yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel yang dinyatakan dalam rupiah (Rp).
7. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh peternak yang tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi, yang terdiri atas tranpotasi dinyatakan dalam rupiah.
8. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi seperti pakan, yang dinyatakan dalam rupiah (Rp).

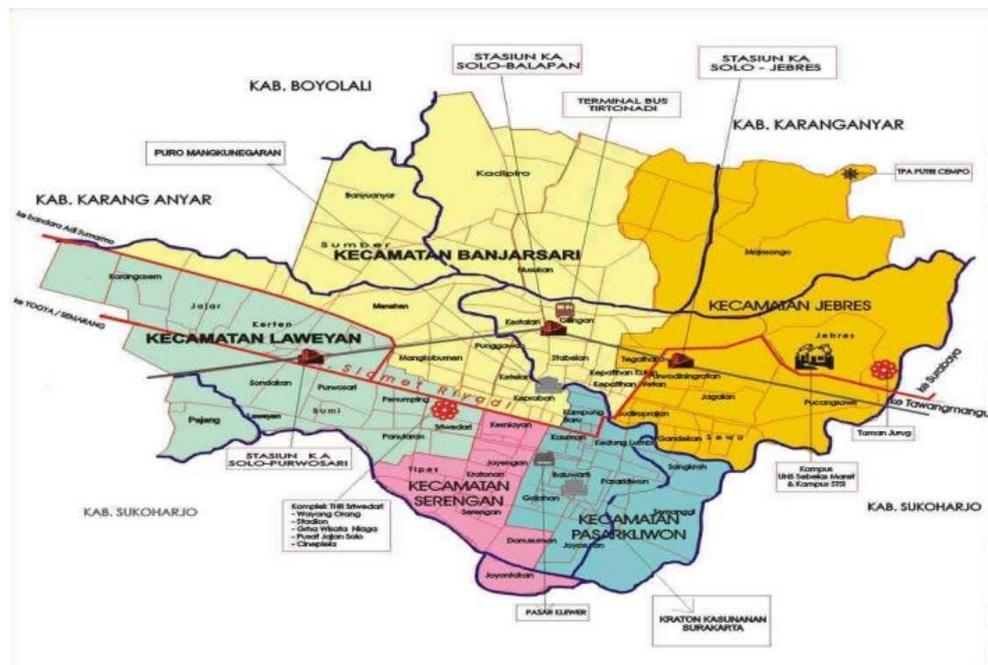
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Letak dan Keadaan Geografis

Kota surakarta adalah salah satu daerah dari 35 Kabupaten di Jawa tengah yang letaknya berada disebelah timur Kabupaten Sukoharjo.arah utara dari Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten BoyolaliIbu Kota Surakata memiliki luas wilayah mencapai 44,04 km<sup>2</sup> yang terbagi dalam 5 kecamatan, yaitu: Kecamatan Laweyan, Serengan, Pasar kliwon, Jebres dan Banjarsari. Petan Kota Surakarta dapat dilihat pada gambar 4.1.



**Gambar 4.1. Peta Kota Surakarta**

Kota Surakarta terletak antara 110° 45' 15" dan 110°45' 35" Bujur Timur dan antara 7°36' dan 7°56' Lintang Selatan. Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang menunjang kota-kota lainnya seperti Semarang maupun Yogyakarta.

## 2. Produksi Daging

Produksi daging menurut jenis dan kecamatan di Kota Surakarta tahun 2018-2019 khususnya daging kambing dan domba, memiliki data yang variasi. Daging kambing di lima kecamatan antara Laweyan, Serengan, Pasar Kliwon, Jebres, dan Banjarsari yang paling banyak terdapat di kecamatan Pasar Kliwon sebesar 222.910 Kg pada tahun 2018 dan 90.127 Kg pada tahun 2019. Produksi daging kambing yang paling sedikit di kecamatan Serengan sebanyak 144 Kg pada tahun 2018 dan 127 Kg pada tahun 2019. Produksi domba di Kota Surakarta hanya terdapat di Kecamatan Jebres sebanyak 142.757 Kg pada tahun 2018 dan 156.876 Kg pada tahun 2019 (Dinas Pertanian, Ketahanan Pangan, dan Perikanan, 2020).

## 3. Pertambahan Penduduk

Pertambahan penduduk di Kota Surakarta pada tahun 2020 paling banyak di kecamatan Banjarsari sebesar 168.770 jiwa, kecamatan Jebres sebesar 138.775 jiwa, Pasar Kliwon sebesar 78.517 jiwa, Serengan sebesar 47.778 jiwa, dan yang paling sedikit pada kecamatan Laweyan sebesar 88.524 jiwa. Berdasarkan agama yang dianut, dari lima kecamatan paling banyak menganut agama Islam sebesar 912.214 jiwa. Banyaknya penganut agama Islam di Kota Surakarta berdampak positif untuk tingkat penjualan kambing di masyarakat karena sering digunakan dalam kegiatan keagamaan seperti Aqiqah dan Qurban. Jumlah penduduk menurut kecamatan dan agama yang dianut dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kota Surakarta**

Kecamatan.	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut (Jiwa)					
	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
	2020	2020	2020	2020	2020	2020
Laweyan	87 783	9 167	5 554	105	139	14
Serengan	41 598	8 646	4 002	11	232	12
Pasar Kliwon	76 879	5 698	4 535	14	150	6
Jebres	105 751	27 993	14 333	100	508	91
Banjarsari	144 096	28 350	12 125	133	288	37
Kota Surakarta	456 107	79 854	40 549	363	1 317	160

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta

#### 4. Pasar Hewan Silir Surakarta

Pasar hewan Silir merupakan pasar tradisional yang berdiri pada tahun 1960, sudah berdiri 62 tahun silam. Pasar hewan Silir terletak di Jl. Sungai Serang No. 313, Rt 4, Mojo, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta. Pasar Silir menjual berbagai ternak seperti kambing, domba, ayam, bebek, dan entok. Selain menjual ternak, pasar Silir juga menjual daging ayam dan daging kambing, kulit kambing, dan bulu ayam. Pasar Silir buka setiap hari jam 05.00 pagi sampai jam 11.00 siang, tidak memiliki hari khusus atau hari jawa.

### B. Kondisi Umum Responden

#### 1. Umur

Umur merupakan salah satu karakteristik internal dari individu yang ikut mempengaruhi fungsi biologis dan fisiologis peternak. Umur akan mempengaruhi peternak dalam mempelajari, memahami dan mengadopsi inovasi dalam usaha peternakan yang dijalankannya, umur juga berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas kerja yang dilakukan peternak (Rini,2012).

Umur responden pedagang kambing di Pasar Silir antara 20 tahun sampai 57 tahun. Pedagang kambing di Pasar Silir umur 20-30 tahun umumnya masih proses coba-coba, ada yang meneruskan usaha orang tua dan ada yang mulai berdagang kambing atas dasar kemauan sendiri. Pedagang kambing di Pasar Silir yang mendominasi berumur 31-40 tahun, kebanyakan pedagang sudah mempunyai jaringan produsen dan konsumen yang lebih luas, sehingga cenderung menjadikan berdagang kambing sebagai pekerjaan utama. Pedagang kambing di Pasar Silir yang berumur 41-50 tahun relatif menurun, hal tersebut dipengaruhi oleh faktor fisik yang kurang maksimal dalam mengangkat beban kambing ke *bronjong*. Pedagang kambing yang berumur lebih dari 50 tahun lebih sedikit dibandingkan umur 41-50 tahun, hal tersebut dipengaruhi oleh faktor fisik yang terus berkurang disetiap bertambahnya

umur. Jumlah responden berdasarkan umur dan persentasenya dapat dilihat pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2. Keadaan Responden Berdasarkan Umur**

<b>Umur (Tahun)</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
20-30	11	27,5
31-40	13	32,5
41-50	10	25
>50	6	15
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

## 2. Jenis Kelamin pedagang

Responden pedagang kambing di Pasar Silir 100% laki-laki, hal tersebut dipengaruhi oleh kualitas fisik yang lebih mumpuni dibandingkan perempuan misalnya mengangkat kambing ke *bronjong*, mencari dan mengangkat pakan hijauan di kebun. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3. Keadaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	40	100
Perempuan	0	0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

## 3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pedagang pada umumnya akan mempengaruhi cara pola pikir pedagang. Pendidikan yang relatif tinggi dan umur yang relatif muda menyebabkan pedagang tersebut relatif dinamis. Semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin berkembang wawasan berfikirnya dan keputusan yang diambil semakin baik dalam menentukan cara-cara berusaha pedagang yang lebih produktif.

Pendidikan juga dikenal sebagai sarana belajar dalam meningkatkan pengetahuan yang selanjutnya diperkirakan akan menanamkan suatu sikap yang menguntungkan. Keterbatasan pendidikan yang dimiliki oleh pedagang

sangat berpengaruh kepada pola pikir dan wawasan pedagang dalam memutuskan kegiatan yang akan dilakukan. Tingkat pendidikan pedagang Kambing di pasar hewan Silir Kota Surakarta dapat dilihat pada tabel 4.4.

**Tabel. 4.4. Keadaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sekolah Dasar	4	10
SMP	8	20
SMK	20	50
Diploma	8	20
Strata I	0	0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Berdasarkan dari diagram diatas dapat dilihat pedagang yang tidak sekolah/Sekolah dasar sebanyak 4 orang (10%), tingkat pendidikan SMP yaitu 8 orang (20%), tingkat pendidikan SMK yaitu sebanyak 20 orang (50%), dan pendidikan tingkat Diploma yaitu 8 orang (20%). Tingkat pendidikan dan umur merupakan faktor internal yang mempengaruhi motivasi peternak dalam menjalankan usahanya. Pendidikan SMK memiliki persentase tertinggi, karena memiliki pengalaman yang lebih luas dan kesiapan emosional yang lebih mapan dibandingkan pendidikan dibawahnya. Pedagang kambing di pasar Silir dengan tingkat pendidikan di atas SMK seperti Diploma dan Sarjana sangat sedikit, karena lebih memilih menjadi peternak skala besar dan menjadi tenaga pendidik.

Hal ini sesuai dengan pendapat Hendrayani, dkk (2009) yang menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan formal yang ditempuh peternak maka semakin tinggi pula tingkat motivasinya dalam menjalankan usaha.

#### **4. Pengalaman Berdagang**

Pengalaman berdagang kambing hubungannya dengan konsumen/perternak dan rekan rekan pedagang. Semakin lama pengalaman berdagang kambing maka keterampilan yang dimiliki akan lebih tinggi dan

berkualitas. Faktor penghambat pedagang kambing yaitu kurang menganal media digital sehingga dalam proses pemasaran kurang luas dan kurang maksimal. Kurangnya pengalaman juga berdampak pada jumlah konsumen yang sedikit, jaringan antar pedagang kambing kurang luas, dan kualitas kambing tidak sesuai harga misalnya terdapat kambing cacat/sakit yang dibeli dengan harga normal. Jumlah responden pedagang kambing di Pasar Silir Kota Surakarta berdasarkan lama berdagang dapat dilihat pada tabel 4.5.

**Tabel 4.5. Keadaan Responden Berdasarkan Lama Berdagang**

<b>Lama Berdagang (Tahun)</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1-3	9	22,5
4-6	13	32,5
7-9	3	7,50
Lebih dari 10	15	37,5
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa lama berdagang kambing 10 tahun lebih berjumlah 15 orang dengan persentase 37,5% sedangkan paling rendah menjadi pedagang 1-3 tahun dengan persentase 22,5% jumlah 9 orang. Tingkat pengalaman pedagang kambing di Pasar Silir paling tertinggi 10 tahun karena faktor dari turun menurun dari keluarga dan perkerjan.

### **C. Analisis Pengeluaran**

Analisis pendapatan dalam usaha ternak kambing diperlukan untuk mengetahui selisih besarnya hasil produksi yang diperoleh dengan besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan selama satu periode penjualan. Melalui analisis pendapatan ini peternak dapat membuat suatu rencana berkaitan dengan pengembangan usaha yang dikelolanya. Untuk dapat menganalisa pendapatan dari usaha penjualan kambing maka sebelumnya harus diketahui semua komponen biaya. Selanjutnya Swastha dan Suktojo (1993) menyatakan bahwa kita perlu mengetahui beberapa konsep tentang biaya seperti : biaya tetap, biaya variabel, dan biaya total.

## 1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak berubah-ubah (constant) untuk setiap kali tingkatan/jumlah hasil yang diproduksi. Biaya tetap yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya tetap rata-rata (average fixed cost). Biaya usaha diklasifikasikan menjadi dua, yaitu : (a) Biaya Tetap (*fixedcost*); dan (b) biaya tidak tetap (*variabel cost*). Biaya tetap ini umumnya didefenisikan sebagai biaya yang relative tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Disisi lain biaya tidak tetap atau biaya variabel biasanya didefenisikan sebagai biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh (Soekartawi, 1995 : 56). Biaya tetap meliputi biaya penyusutan kandang, transportasi dan retribusi, dapat dilihat pada tabel 4.6.

**Tabel 4.6. Total Biaya Tetap Tiap Bulan**

<b>Jumlah Kambing (Ekor)</b>	<b>Penyusutan Kandang (Rupiah)</b>	<b>Transportasi (Rupiah)</b>	<b>Retribusi Pasar (Rupiah)</b>	<b>Total Biaya Tetap (Rupiah)</b>
40-50	36.944	180.556	42.778	260.278
51-60	40.500	208.000	41.000	289.500
61-70	85.139	366.457	73.188	524.783
71-80	87.411	386.457	77.393	551.261

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

### a. Biaya Penyusutan Kandang

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa Biaya Penyusutan kandang dikeluarkan oleh pedagang untuk perbaikan atau pembangunan kandang untuk tempat penampungan (translit) atau berternak (Hidayat,2018). Semakin banyak kambing yang berada di kandang maka semakin tinggi pula biaya penyusutan kandang, karena membutuhkan kandang yang lebih luas dan membutuhkan perawatan yang lebih banyak. Biaya penyusutan kandang meliputi biaya perbaikan kandang, penggantian kayu pada panggung kandang, penggantian plastik pada dinding kandang, dan penambahan perlengkapan kandang.

### b. Biaya Transportasi

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa banyaknya kambing yang di jual akan mempengaruhi jumlah biaya transportasi. Kambing yang dibawa ke pasar akan membutuhkan alat transportasi seperti sepeda motor dan mobil *pick-up*. Penggunaan mobil *pick-up* akan menambah biaya transportasi karena membutuhkan Bahan Bakar Bermobil (BBM) yang lebih tinggi. Factor lain yang mempengaruhi biaya transportasi selain penggunaan sepeda motor atau mobil *pick-up* yaitu jarak tempuh ke pasar. Pedagang kambing di Pasar Silir berasal dari Sragen, Karanganyar, Sukoharjo, Surakarta, Wonogiri dan Boyolali. Pedagang kambing di Pasar Silir yang berasal dari Kabupaten Sragen misalnya wilayah Plupuh, Gemolong, Sumberlawang, dan Kalijambe. Pedagang kambing di Pasar Silir yang berasal dari Kabupaten Karanganyar misalnya wilayah Tasikmadu, Jatipuro, Jumantono, Kebakkramat, Jaten, dan Gondangrejo. Pedagang kambing di Pasar Silir yang berasal dari Kabupaten Sukoharjo misalnya dari wilayah Solo Baru, Kartosuro, dan Gawok. Pedagang kambing di Pasar Silir yang berasal dari Kota Surakarta misalnya wilayah Semanggi. jarak tempuh mempengaruhi banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang kambing. Data asal wilayah pedagang kambing di Pasar Silir dapat dilihat pada tabel 4.7.

**Tabel 4.7. Asal Wilayah Pedagang Kambing**

<b>Wilayah</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sragen	6	15
Karanganyar	10	25
Sukoharjo	11	27,5
Surakarta	6	15
Wonogiri	3	7,5
Boyolali	4	10
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

### c. Biaya Retribusi

Biaya retribusi pedagang kambing dipasar hewan Silir ialah biaya kehadiran yang digunakan untuk biaya tempat, biaya keamanan, dan biaya kebersihan. Biaya retribusi dibayarkan setiap pedagang hadir di pasar Silir sebesar Rp. 1.000/datang dan ada biaya sewa kios sebesar Rp.1800/datang bagi yang membutuhkan kios. Semakin sering pedagang melakukan jual beli di Pasar Silir maka total ada biaya registrasi juga semakin tinggi tiap bulannya.

## 2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah yang disebabkan oleh adanya perubahan jumlah hasil. Apabila jumlah barang yang dihasilkan bertambah, maka biaya variabelnya juga meningkat. Biaya variabel yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya variabel rata-rata (*average variabel cost*). Biaya variabel pedagang di Pasar Silir Kota Surakarta meliputi biaya pembelian kambing, biaya listrik, biaya air, biaya pakan, dan biaya obat-obatan, dapat dilihat pada tabel 4.8.

**Tabel 4.8. Tabel Biaya Variabel Tiap Bulan**

Jumlah Kambing (Ekor)	Pembelian Kambing (Rupiah)	Biaya Lain-Lain (Rupiah)					Total Biaya Variabel (Rupiah)
		Pakan		Vaksin/ Obat	Listrik	Air	
		Konsentrat	Hijauan				
40-50	64.947.917	164.583	123.125	60.208	13.542	13.958	65.606.667
51-60	69.139.655	166.207	112.931	54.310	12.931	13.276	69.788.276
61-70	74.330.000	174.000	99.375	56.525	12.750	15.125	74.969.275
71-80	89.961.538	193.846	71.539	39.692	12.308	18.846	90.590.078

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

### a. Biaya Pembelian Kambing

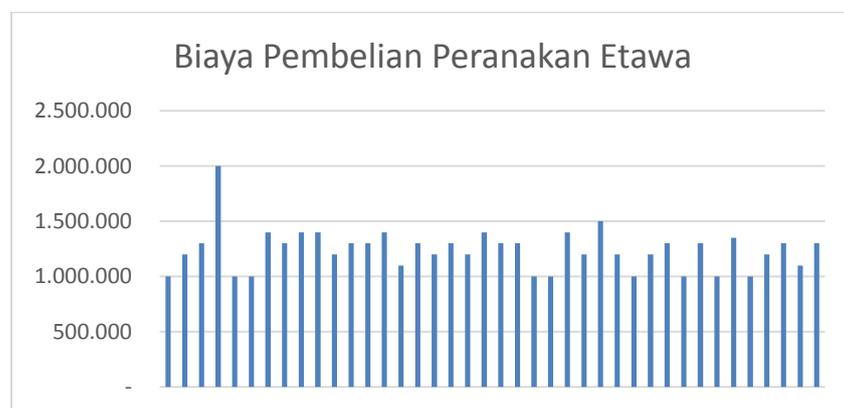
Pembelian kambing merupakan harga produsen yang seharusnya lebih murah dibandingkan harga konsumen. Pedagang kambing di pasar Silir membeli kambing dari peternak kambing. Terjadinya pembelian kambing biasanya petani menghubungi pedagang kambing melalui *smartphone* atau datang ke pedagang langsung, kemudian pedagang kambing datang ke kandang untuk proses tawar menawar.

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa semakin banyak jumlah kambing yang dibeli maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan. Kambing yang di perjualbelikan di pasar Silir meliputi kambing Jenis Peranakan Etawa, Kacangan, Bakalan Jantan, Babon bawa anak, Cempe/bibir, Doro/Demere, dan Kambing Bunting.

### 1) Biaya Pembelian Peranakan Etawa

Pembelian kambing peranakan etawa di pasar Silir rata rata berharga Rp.1.535.000. Penjualan kambing peranakan etawa sangat banyak peminatnya di kalangan umum karena memiliki harga yang ekonomis. Peranakan etawa sering dijual dipasar yaitu jenis kelamin jantan karena digunakan untuk calon pejantan. Peranakan etawa betina digunakan untuk bahan breeding. Penjualan kambing etawa di pasar Silir lebih mengutamakan penampilan/*jogrok*, ripitabilitas. Data pembelian kambing Peranakan etawa di pasar Silir dapat di lihat pada diagram 4.1.

**Diagram 4.1. Biaya Pembelian Peranakan Etawa**

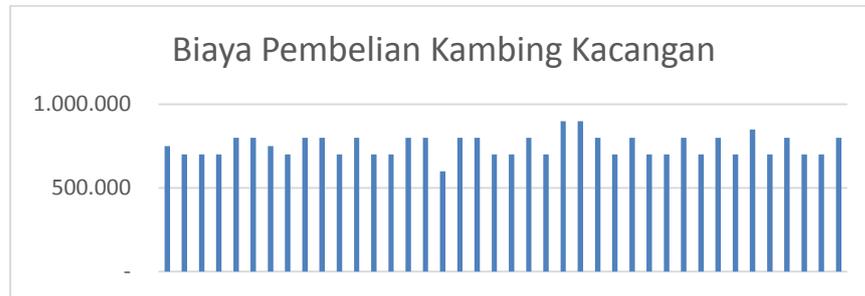


*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

### 2) Biaya Pembelian Kacangan

Pembelian kambing kacang di pasar Silir rata rata harganya Rp.1000.000. Harga kambing kacang lebih murah dibandingkan kambing Peranakan etawa. Penjualan kambing kacang di pasar Silir lebih mengutamakan besar kecilnya kambing yang lebih berpengaruh

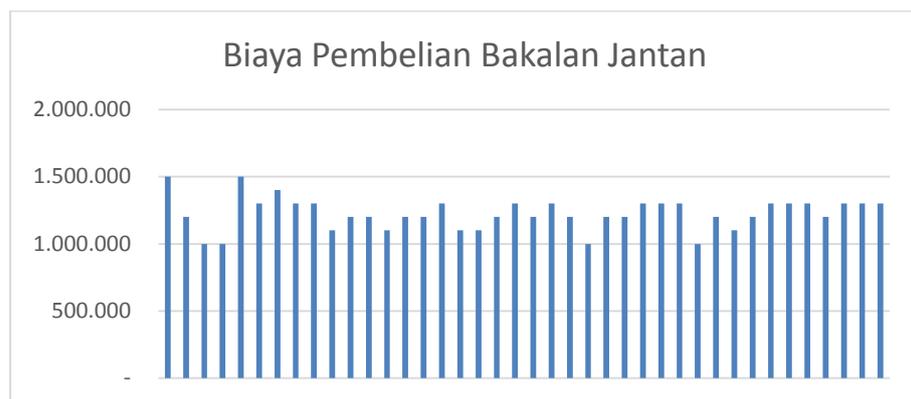
pada banyaknya daging. Biaya pembelian kambing kacang dapat dilihat pada diagram 4.2.

**Diagram 4.2. Biaya Pembelian Kambing Kacangan**

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

### 3) Biaya Pembelian Bakalan Jantan

Kambing bakalan jantan di pasar Silir rata rata harganya Rp. 1.500.000. Bakalan jantan memiliki harga rata-rata lebih tinggi dibandingkan harga kambing kacangan. Total rata rata penjualan kambing bakalan 8 ekor total penjualan perbulan 337 ekor. Kambing bakalan jantan banyak dicari para konsumen untuk penggemukan, persiapan Qurban dan aqiqoh. Penjualan kambing bakalan jantan di pasar Silir mengutamakan penampilan misalnya tingi badan. Dapat di lihat data biaya pembelian bakalan kambing jantan di diagram 4.3.

**Diagram 4.3. Biaya Pembelian Bakalan Jantan**

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

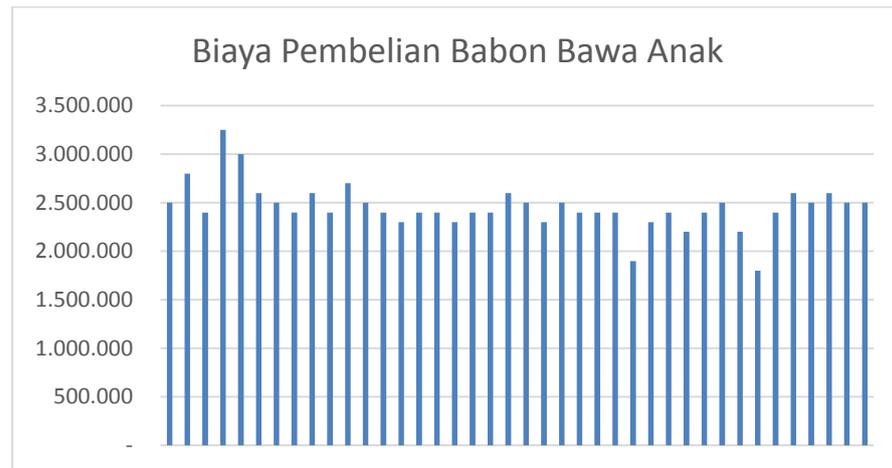
### 4) Biaya Pembelian Babon Bawa Anak

Harga kambing babon bawa anak rata-rata harganya 2.800.000. Total pembelian kambing babon bawa anak di pasar Silir rata rata 9 ekor total jumlah belian perbulan 363 ekor. Babon bawa anak banyak

Dicari konsum untuk breeding karena lebih menguntungkan dari pada bakalan jantan. dari segi anak dan indukan indukan untuk breeding selanjutnya.

dapat dilihat pembelian kambing bawa anak pada diagram 4.4.

**Diagram 4.4. Biaya Pembelian Babon Bawa Anak**

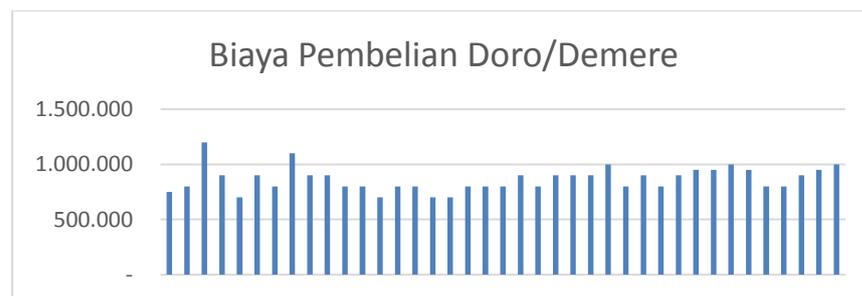


*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

##### 5) Biaya Pembelian Doro/Demere

Kambing doro di pasar Silir memiliki harga rata-rata Rp1.200.000. Penjualan kambing doro rata-rata 11 ekor. Total penjualan perbulan yaitu 420ekor. Jumlah penjualan kambing Doro relatif lebih tinggi dibandingkan kambing kacangan, peranakan etawa dan bakalan jantan. Tingginya jumlah penjualan untuk kambing Doro dipicu karena para konsumen digunakan sebagai sate kambing ia memanfaatkan kambing muda sebagai sumber dagingnya. Data pembelian kambing Doro dapat dilihat pada diagram 4.5.

**Diagram 4.5. Biaya Pembelian Doro/Demere**

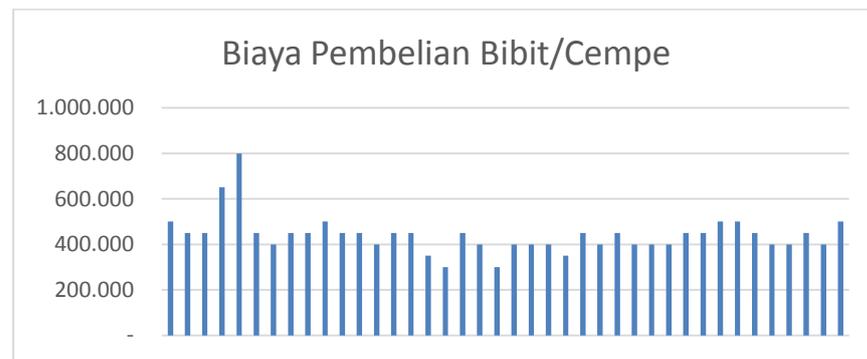


*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

#### 6) **Biaya Pembelian Bibit/Cempe**

Kambing cempe rata-rata harga di pasar silir yaitu Rp600.000. Rata rata penjualan 11 ekor perbulan. Penjualan kambing tempe lebih murah dibandingkan kambing kacang dan bakalan jantan. Total penjualan bibit jempe 420 tidak jauh beda dengan kambing doru. Tingginya penjualan kambing cempe karena digunakan sebagai sate kambing muda. Data pembelian kambing cempe dapat dilihat pada diagram 4.6.

**Diagram 4.6. Biaya Pembelian Bibit/Cempe**

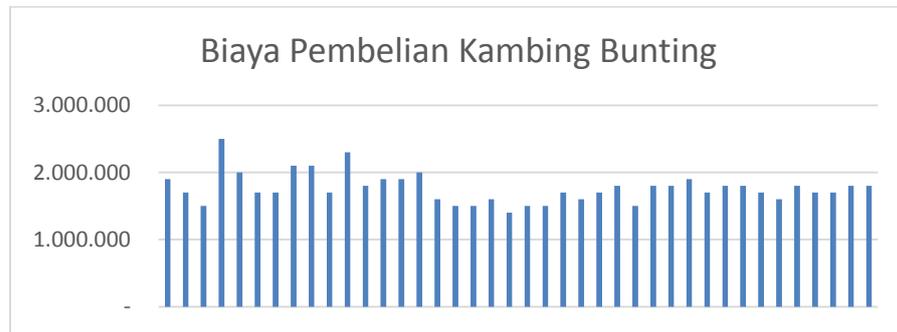


*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

#### 7) **Biaya Pembelian Kambing Bunting**

Kambing bunting rata-rata harga di pasar yaitu 2 juta. Rata-rata penjualan 9 ekor perbulan. Penjualan kambing bunting lebih rendah dibandingkan kambing cempe dan doru, Hal tersebut dikarenakan prospek kambing bunting hanya untuk perkembangan breeding. Data pembelian kambing kambing bunting dapat dilihat pada diagram 4.7.

**Diagram 4.7. Biaya Pembelian Kambing Bunting**



*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

#### **b. Biaya Lain-Lain**

Biaya lain-lain meliputi biaya pakan konsentrat, pakan hijauan, vitamin dan obat, listrik, dan air. Pakan yang digunakan pada ternak kambing yaitu berupa konsentrat/pollar yang dibeli secara langsung biasanya diberikan kepada kambing yang baru datang dari pasar. Biaya pakan konsentrat pada pakan cukup bervariasi tergantung banyaknya kambing dan lamanya kambing dipelihara sebelum terjual. Biaya pakan konsentrat dan hijauan sangat jauh berbeda, lebih tinggi biaya konsentrat karena tidak tersedia di lingkungan, berbeda dengan pakan hijauan yang banyak tersedia di kebun atau pinggir sawah.

Vitamin dan obat-obatan yang diberikan berupa wormektin, antibiotik, dan B-Komplek. Pemberian antibiotik untuk mencegah terjadinya sakit dan menjaga daya tubuh ternak kambing biasanya diberikan 4 kali pengobatan dalam sebulan. Rendahnya biaya yang dikeluarkan tergantung dari pedagangnya yang memberikan obat-obatan dan vitamin. Obat-obatan hanya diberikan pada saat kambing ada yang sakit begitu pula dengan Vitamin yang diberikan pada ternak kambing yang dipeliharanya.

Biaya listrik yang digunakan untuk penerangan kandang. Besarnya biaya listrik tergantung banyaknya wath lampu yang digunakan dan besarnya biaya air yang digunakan untuk memberi minum, memandikan kambing dan membersihkan kandang.

#### **c. Total Biaya**

Total biaya tetap dapat diperoleh dari biaya pedagang kambing di tambah dengan keseluruhan biaya-biaya yang nilainya tetap yang

dikeluarkan oleh responden pedagang kambing dipasar Hewan Silir Kota Surakarta. Biaya-biaya tersebut adalah biaya penyusutan kandang, biaya transportasi, dan retribusi. Tabel 4.9 menjelaskan bahwa semakin banyak kambing yang dijual belikan dalam sebulan maka biaya pengeluaran juga semakin banyak.

**Tabel 4.9. Total Biaya Pengeluaran Tiap Bulan**

<b>Jumlah Kambing (Ekor)</b>	<b>Total Biaya Tetap (Rupiah)</b>	<b>Total Biaya Variabel (Rupiah)</b>	<b>Total Biaya Pengeluaran (Rupiah)</b>
40-50	260.278	65.606.667	65.866.945
51-60	289.500	69.788.276	70.077.776
61-70	524.783	74.969.275	75.494.058
71-81	551.261	90.590.078	91.141.339

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Biaya kambing yang diperjual belikan meliputi biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang ketika mengangkut kambing dari tempat pembelian/perawatan menuju tempat penjualan, biaya retribusi yang dikeluarkan untuk tempat dan keamanan pasar, penyusutan kandang, pakan hijauan dan konsentrat, obat-obatan, listrik dan air. Biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan kambing akan mempengaruhi nilai pendapatan, karena keuntungan dari jual beli kambing harus dikurangkan lagi dengan biaya lain-lain. Semakin banyak biaya lain-lain yang dikeluarkan maka semakin sedikit pendapatan pedagang kambing. Tabel 4.10 menjelaskan bahwa biaya yang diperlukan untuk satu kambing sebesar Rp. 10.610/ekor.

**Tabel 4.10. Total Biaya Lain-Lain (Rupiah/Ekor)**

<b>Jenis Pengeluaran</b>	<b>Total Biaya (Rupiah)</b>	<b>Biaya Kambing (Rupiah/Ekor)</b>
Transportasi	7.860.000	3.261
Retribusi	1.830.000	759
Penyusutan Kandang	1.570.000	651
Pakan Konsentrat	6.960.000	2.888
Pakan Hijauan	3.975.009	1.649
Obat obatan	2.261.000	938
Listrik	510.000	212
Air	605.000	251
<b>Total Biaya Kambing</b>		<b>10.610</b>

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Tabel 4.11 menjelaskan bahwa harga kambing dipasaran berdasarkan jenisnya. Kambing dengan pembelian tertinggi yaitu kambing babon bawa anak, karena menguntungkan ketika induk mampu bunting kembali dan cempé dapat dibesarkan menjadi pejantan/Doro.

Kambing bunting relatif mahal yaitu sebesar Rp. 1.765.000 karena berpotensi memiliki tambahan jumlah kambing ketika sudah beranak. Peranakan etawa dan bakalan jantan memiliki harga yang relatif sama karena keduanya lebih berpotensi menjadi pejantan. Harga kacang dan doru tidak beda jauh, biasanya berpotensi untuk jual beli pada pedagang sate kambing muda. Cempe paling murah karena masih kecil dan membutuhkan waktu perawatan yang lama untuk bisa menjadi pejantan/Doro siap bunting. Harga pembelian kambing dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini.

**Tabel 4.11. Total Biaya Pembelian Kambing (Rupiah/Ekor)**

<b>Jenis Kambing</b>	<b>Biaya Pembelian (Rupiah/Ekor)</b>
Peranakan Etawa	1.241.250
Kacangan	753.750
Bakalan Jantan	1.225.000
Babon Bawa Anak	2.453.750
Doro	863.750
Cempe	441.250
Bunting	1.765.000

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

#### **D. Analisis Penerimaan**

Penerimaan adalah hasil dari perkalian jumlah produksi dengan harga jual sedangkan pendapatan yaitu selisih dari total penerimaan dengan total biayadengan rumus  $Pd = TR - TC$ , dimana Pd adalah Pendapatan, TR yaitu totalpenerimaandan TC adalah total biaya (Soekartawi,1995). Bentuk umum penerimaan dari penjualan yaitu  $TR=P \times Q$ ;dimana TRadalah total revenueatau penerimaan, P adalah Price atau harga jual perunit produk dan Q adalah Quantity atau jumlah produk yang dijual. Dengan demikian besarnya penerimaan tergantung pada dua variabel harga jual dan variabel jumlah produk yang dijual (Rasyaf, 2003).

Pedagang kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta, sumber penerimaan produsen peternak dapat dilihat dari hasil penjualan ternak. Adapun penerimaan dari pedagang kambing dipasar Silir dala sebulan dapat dilihat pada tabel 4.12.



**Tabel 4.12. Total Penerimaan Berdasarkan Skala**

<b>Jumlah Kambing(Ekor)</b>	<b>Penerimaan (Rupiah)</b>
40-50	79.254.445
51-60	85.794.859
61-70	95.185.957
71-80	113.791.839

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa semakin banyak kambing yang dijual maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan pedagang kambing. Tingginya penjualan kambing dipengaruhi oleh beberapa factor seperti mendekati hari Raya Idul Adha dan meningkatnya peminat ternak kambing.

Total penerima pembelian kambing terbanyak yaitu kambing babon bawa anak, karena kambing babon bawa anak lebih prospek dan menguntungkan dilihat dari membesarkan anaknya lalu dijual dan babon hamil untuk persiapan breeding. Data penerimaan kambing menurut jenisnya bisa di lihat di tabel 4.13.

**Tabel 4.13. Penerimaan Kambing (Rupiah/Ekor)**

<b>Jenis Kambing</b>	<b>Biaya Penjualan (Rupiah/Ekor)</b>
Peranakan Etawa	1.535.000
Kacangan	1.001.250
Bakalan Jantan	1.537.500
Babon Bawa Anak	2.892.500
Doro	1.208.750
Cempe	623.750
Bunting	2.080.000

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

#### **E. Analisis Pendapatan, Efisiensi, dan Margin**

1. Pendapatan di pasar silir bersumber dari penjualan kambing sedangkan pengeluaran terdiri dari dua biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap biaya tetap meliputi biaya transportasi, penyusutan kandang dan Retribusi sedangkan biaya variabel meliputi pembelian kambing, pembelian obat, biaya listrik, air dan pakan.
2. Efisiensi penjualan kambing di pasar silir memiliki nilai dibawah 1% sehingga bisa dikatakan efisien. Penjualan yang efisien apabila tidak melalui

lembaga pedagang atau belantik. memiliki harga konsumen yang lebih rendah.

3. Margin penjualan di Pasar silir merupakan hasil pengurangan antara harga konsumen dikurangi dengan harga produsen. Margin tidak termasuk biaya tambahan seperti biaya transportasi penyusutan kandang regristrasi dan biaya lain-lain.

Banyaknya penjualan Kambing berpengaruh pada keuntungan, ketika pedagang mampu menjual kambing lebih banyak maka pendapatan yang diperoleh juga lebih besar. Tabel 4.12 menjelaskan bahwa efisiensi pedagang kambing di Pasar Silir Kota Surakarta memiliki nilai dibawah 1, maka dapat dikatakan efisiensi dari penjualan kambing sangat bagus. Efisiensi penjualan yang bagus ketika proses jual beli tidak melewati lembaga pemasaran (*blantik*). Data analisis pendapatan dapat dilihat pada tabel 4.14.

**Tabel 4.14. Analisis Pendapatan Berdasarkan Skala Rata-Rata tiap Bulan**

<b>Jumlah Kambing (Ekor)</b>	<b>Keuntungan (Rupiah)</b>	<b>Margin (Rupiah)</b>	<b>Efisiensi</b>
40-50	13.387.500	14.087.500	0,1999
51-60	15.717.083	16.312.500	0,1859
61-70	19.691.899	20.310.000	0,1925
71-80	22.650.500	23.315.000	0,1962

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

Tabel 4.15 menjelaskan bahwa pendapatan berdasarkan jenis kambing berbeda-beda. Perbedaan pendapatan dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya pembelian kambing dari produsen, besarnya biaya lain-lain yang meliputi biaya transportasi, retribusi, penyusutan kandang, obat, pakan, listrik dan air. Selain itu juga dipengaruhi harga penjualan ke konsumen, semakin tinggi penjualan ke konsumen maka pendapatan akan semakin besar. Tabel pendapatan kambing berdasarkan jenis kambing dapat dilihat pada tabel 4.15.

**Tabel 4.15. Analisis Pendapatan Berdasarkan Jenis Kambing**

<b>Jenis Kambing</b>	<b>Biaya Pembelian (Rp/Ekor)</b>	<b>Biaya Lain-Lain (Rp/Ekor)</b>	<b>Biaya Penjualan (Rp/Ekor)</b>	<b>Pendapatan (Rp/Ekor)</b>
Peranakan Etawa	1.241.250	10.610	1.535.000	283.140
Kacangan	753.750	10.610	1.001.250	236.890
Bakalan Jantan	1.225.000	10.610	1.537.500	301.890
Babon Bawa Anak	2.453.750	10.610	2.892.500	428.140
Doro	863.750	10.610	1.208.750	334.390
Cempe	441.250	10.610	623.750	171.890
Bunting	1.765.000	10.610	2.080.000	304.390

*Sumber Data Primer Setelah diolah 2022*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian Analisis Pendapatan pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta maka dapat diambil kesimpulan pendapatan pedagang kambing berbeda-beda, yaitu di pengaruhi oleh penjualan ternak dan jenis kambingnya. Semakin tinggi penjualan, maka semakin tinggi pula pendapatan dan margin pedagang kambing. efisiensi pedagang kambing di Pasar Silir Kota Surakarta memiliki nilai dibawah 100%, maka dapat dikatakan efisiensi dari penjualan kambing sangat bagus. Jumlah keseluruhan kambing 2.410ekor, Jenis kambing yang paling banyak peminatnya yaitu kambing Doere dengan prentase 17,43% dan Cempe 17,85% di bandingkan kambing lainnya seperti peranakan etawa 9,58%, kacang 11,07%, bakalan jantan 13,98%, babon bawa anak 15,06%, bunting 15%.

#### **B. Saran**

Penelitian yang berjudul “Analisis Pendapatan Pedagang Kambing di Pasar Hewan Silir Kota Surakarta”, masih banyak kekurangan. Diharapkan penelitian yang akan datang bisa melengkapi kekurangan penelitian ini. Dilakukannya analisis pendapatan pedagang kambing diharapkan dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk berdagang kambing

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2012. *Budidaya Ternak Kambing*. Diakses pada tanggal 5 november 2021. Karanganyar
- Asep Hermawan. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta:PT. Grasindo
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.2017. *Data Sensus Penduduk Berdsarkan Agama*
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.2017. *Peningkatan Populasi Kambing*
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.2017. *Produksi daging Kambing Di Kota Surakarta*
- Basu Swastha DH, Drs, dan Irawan, Drs, MBA. 1980.*Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta: Liberty Edisi Kedua
- Hamarong, Furiyanti. 2014. *Kajian Potensi Pengembangan Ternak Kambing diKabupaten Majene*. Thesis Pascasarjana Ilmu Peternakan Universitas Hasanuddin, Makassar
- Haryanto, B, Ismeth Inounu, I. Ketut Sutema. 1997. Ketersediaan dan Kebutuhann Teknologi Produksi Kambing dan Domba. Proseding Seminar nasional Peternakan dan Veteriner. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan BPPP. Departemen Pertanian. Bogor.
- Margono. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Murtidjo. 1993. *Memelihara Kambing Sebagai Ternak Potong dan Perah Kanisius*. Yogyakarta.
- Philip Kotler. 1992. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Jilid 5.
- Sarwono. B. 2007. *Beternak Kambing Unggul*. Penebar Swadaya.Jakarta
- Soeharjo. 1978. *Analisis Usaha Tani*. Ujung Pandang: Lembaga Pengabdian Universitas Hasanuddin
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan paraktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Surya Amri Siregar, 2009. *Analisis Pendapatan Peternak Sapi Potong*. Langkat.Universitas Sumatera Utara.
- Suryanti. 2010. *Teori Pendapatan*. Jakarta: Rajawali Press
- Susilorini, E.T. 2008. *Budi Daya 22 Ternak Potensial*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- William J. Stanton. 1988. *Prinsip Pemasaran I*, Jakarta: Erlangga Edisi Dua.

## LAMPIRAN

### Lampiran Kuisisioner



**KUISISIONER PENELITIAN**  
**“Analisis Pendapatan Pedagang Kambing**  
**Di Pasar Silir Kota Surakarta”**  
**Dilakukan Oleh Sidhik Nurhidayah/2018080005**  
**Universitas Islam Batik Surakarta**

---

No. Responden :  
Waktu Pengambilan Data :

#### A. Identitas Pedagang

Pertanyaan	Jawaban
Nama	
Alamat	
Umur / Jenis Kelamin	.....Tahun L / P
Pendidikan Terakhir	
Pekerjaan Utama	
No Hp/wa	
Awal usaha	
Lama berdagang berapa tahun	

#### B. Total Biaya Tiap Bulan

##### 1. Biaya Tetap

Pertanyaan	Jawaban
Transportasi	
Penyusatan Kandang	
Retribusi	
<b>Total Biaya Tetap</b>	

##### 2. Biaya Variable

Jenis Kambing	Jumlah Kambing	Harga /Ekor	Total Pembelian
Peranakan Etawa			
Kacangan			
Kambing Bakalan Jantan			
Kambing Babon Bawa Anak			
Kambing Doro / Demere			
Kambing Bibit / Cempe			
Kambing Bunting			
<b>Total Pembelian Kambing</b>			

Jenis Pakan	Sumber Pakan	Harga pakan
Pakan Hijaun		
Konsentrat		
<b>Total Pembelian Pakan</b>		

Biaya lain lain	Total	Harga
Obat Hewan		
Listrik		
Air		
<b>Total Pembelian</b>		

**C. Rata-Rata Penerimaan Tiap Bulan**

Jenis Kambing	Jumlah Kambing	Harga /Ekor	Total Penerimaan
Peranakan Etawa			
Kacang			
Kambing Bakalan Jantan			
Kambing Babon Bawa Anak			
Kambing Doro / Demere			
Kambing Bibit / Cempe			
Kambing Bunting			
<b>Total Penerimaan</b>			

*Lampiran Dokumentasi Kegiatan Penelitian*



Lampiran 1. Pengurus Dinas Pasar Hewan Silir Surakarta



Lampiran 2. Papan Pasar Hewan Silir Surakarta



Lampiran 3. Keadaan Pasar Silir Surakarta



Lampiran 4. Wawancara Responden Pedagang Kambing Pasar Silir Surakarta



Lampiran 5. Wawancara Responden Pedagang Kambing Pasar Silir Surakarta



Lampiran 6. Wawancara Responden Pedagang Kambing Pasar Silir Surakarta



Lampiran 7. Wawancara Responden Pedagang Kambing Pasar Silir Surakarta



Lampiran 8. Wawancara Responden Pedagang Kambing Pasar Silir Surakarta



Lampiran 9. Keadaan Kambing di Pasar Silir Surakarta

*Lampiran Hasil Kuisisioner*

<b>Nomor Responden</b>	<b>Total Pengeluaran</b>	<b>Total Penerimaan</b>	<b>Keuntungan (Rupiah)</b>	<b>Efisiensi</b>	<b>Margin (Rupiah)</b>	<b>Mulai Berdagang</b>	<b>Lama (Tahun)</b>
1	87.550.000	107.900.000	20.350.000	0,2	20.900.000	2018	3
2	70.830.000	89.800.000	18.970.000	0,2	19.550.000	2018	3
3	48.115.000	65.300.000	17.185.000	0,3	18.100.000	2016	5
4	61.610.000	75.050.000	13.440.000	0,2	15.400.000	2020	1
5	75.370.000	85.400.000	10.030.000	0,1	11.300.000	2018	3
6	77.565.000	92.600.000	15.035.000	0,2	15.700.000	2014	7
7	73.110.000	86.900.000	13.790.000	0,2	14.250.000	2017	4
8	63.225.000	77.450.000	14.225.000	0,2	14.700.000	2005	16
9	88.460.000	102.400.000	13.940.000	0,1	14.650.000	2015	6
10	57.900.000	71.750.000	13.850.000	0,2	14.550.000	2018	3
11	73.490.000	92.300.000	18.810.000	0,2	19.700.000	2015	6
12	57.450.000	70.100.000	12.650.000	0,2	13.100.000	2016	4
13	69.160.000	88.500.000	19.340.000	0,2	20.000.000	2001	20
14	61.920.000	73.300.000	11.380.000	0,2	11.800.000	2017	4
15	77.490.000	97.550.000	20.060.000	0,2	20.650.000	2013	8
16	75.340.000	95.200.000	19.860.000	0,2	20.400.000	2001	20
17	46.215.000	63.200.000	16.985.000	0,3	17.500.000	1996	25
18	63.235.000	80.700.000	17.465.000	0,2	17.750.000	2001	20
19	47.920.000	60.000.000	12.080.000	0,2	12.400.000	1999	22
20	55.400.000	66.750.000	11.350.000	0,2	11.550.000	1996	25
21	59.870.000	73.000.000	13.130.000	0,2	13.800.000	2011	10
22	61.810.000	76.600.000	14.790.000	0,2	15.200.000	1994	27
23	76.850.000	97.400.000	20.550.000	0,2	21.500.000	1994	27
24	73.565.000	93.850.000	20.285.000	0,2	20.600.000	2011	10
25	79.940.000	107.050.000	27.110.000	0,3	28.200.000	2015	6
26	49.550.000	59.800.000	10.250.000	0,2	10.600.000	2016	5
27	88.115.000	113.100.000	24.985.000	0,2	25.400.000	2017	4
28	97.110.000	131.000.000	33.890.000	0,3	34.400.000	1996	25
29	85.820.000	106.300.000	20.480.000	0,2	21.100.000	2019	2
30	93.105.000	119.800.000	26.695.000	0,2	27.600.000	2011	10
31	85.150.000	107.100.000	21.950.000	0,2	22.500.000	2018	3
32	90.056.009	118.000.000	27.943.991	0,2	28.450.000	2018	3
33	93.630.000	112.150.000	18.520.000	0,2	19.350.000	2019	2
34	84.510.000	105.900.000	21.390.000	0,2	22.200.000	2011	10
35	98.315.000	115.500.000	17.185.000	0,1	17.650.000	1996	25
36	89.015.000	111.800.000	22.785.000	0,2	23.600.000	2014	7
37	96.460.000	117.200.000	20.740.000	0,2	21.500.000	2015	6
38	79.520.000	92.200.000	12.680.000	0,1	13.150.000	2017	4
39	96.865.000	116.700.000	19.835.000	0,2	20.350.000	2017	4
40	88.160.000	101.300.000	13.140.000	0,1	13.600.000	2015	6