

## ANALISIS PEMASARAN TERNAK KAMBING DI KECAMATAN FATULEU BARAT KABUPATEN KUPANG

**Elisabet Royalina Fona<sup>1</sup>, Matheos F. Lalus<sup>2</sup>, Johannes G. Sogen<sup>3</sup>, Maria R. D. Ratu<sup>4</sup>**

[elisabetroyalina@gmail.com](mailto:elisabetroyalina@gmail.com)<sup>1</sup>

**Universitas Nusa Cendana**

### ABSTRAK

Studi ini telah dilakukan di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang dengan maksud untuk mengidentifikasi jalur distribusi ternak kambing di wilayah tersebut, menilai besarnya margin dan bagian yang diterima peternak, serta mengevaluasi efisiensi pemasaran ternak kambing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Sementara pedagang menggunakan metode snowballing, responden dipilih secara acak non proporsional. Model analisis informasi yang digunakan mencakup pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami pola distribusi ternak kambing, dan analisis kuantitatif untuk mengukur margin, farmer's share, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga jalur pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat, yakni: 1) penjualan langsung dari peternak ke konsumen, 2) penjualan melalui pedagang besar sebelum mencapai konsumen, dan 3) penjualan melalui pedagang pengumpul sebelum sampai ke konsumen. Margin yang diperoleh oleh pedagang besar sebesar Rp200.000, sementara pedagang pengumpul sebesar Rp150.000. Bagian yang diterima peternak (farmer's share) pada jalur pertama mencapai 100%, pada jalur kedua sebesar 88%, dan pada jalur ketiga sebesar 91%. Efisiensi pemasaran pada jalur pertama mencapai 0%, jalur kedua sebesar 20%, dan jalur ketiga sebesar 11%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jalur pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang sudah berjalan secara efisien.

**Kata Kunci :** Efisiensi, Farmer's Share, Margin, Saluran.

### **ABSTRACT**

*This study was conducted in the Fatuleu Barat Subdistrict of Kupang Regency with the aim of identifying the goat livestock distribution channels in the area, assessing the magnitude of margins and the share received by farmers, and evaluating the efficiency of goat livestock marketing. The research method used was a survey method. Meanwhile, traders used the snowballing method, with respondents being randomly selected in a non-proportional manner. The information analysis model used included a qualitative descriptive approach to understand the patterns of goat livestock distribution and quantitative analysis to measure margins, farmer's share, and marketing efficiency. The research results indicate the existence of three goat livestock marketing channels in the Fatuleu Barat Subdistrict, namely: 1) direct sales from farmers to consumers, 2) sales through large traders before reaching consumers, and 3) sales through collecting traders before reaching consumers. The margin obtained by large traders is Rp200,000, while collecting traders receive Rp150,000. The farmer's share on the first channel reaches 100%, on the second channel it is 88%, and on the third channel, it is 91%. Marketing efficiency on the first channel is 0%, the second channel is 20%, and the third channel is 11%. Thus, it can be concluded that the goat livestock marketing channels in the Fatuleu Barat Subdistrict of Kupang Regency are already running efficiently.*

**Keywords:** Efficiency, Farmer's Share, Margin, Channels.

### **PENDAHULUAN**

Peternakan kambing merupakan salah satu usaha yang menjanjikan karena pengelolaannya yang relatif sederhana dan ketersediaan pakan ternak dari dedaunan dan rumput yang melimpah di sekitarnya. Beternak kambing juga mudah dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan lainnya. Untuk mendukung produksi peternakan, kambing memiliki potensi sebagai bagian dari ekosistem pertanian. Kambing memiliki daya adaptasi yang baik dibandingkan dengan hewan ruminansia lainnya seperti sapi, kerbau,

dan domba. Kemampuan adaptasi ini membuat kambing mampu mengatasi kondisi kritis, termasuk aspek nutrisi dan cuaca. Oleh karena itu, kambing menjadi pilihan utama dalam peternakan. Potensi peternakan kambing tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan tetapi juga kontribusi dalam pemenuhan gizi masyarakat, karena kambing mengandung protein tinggi baik dari segi daging maupun susu (Daryanto, 2009).

Ternak Kambing merupakan salah satu jenis hewan ruminansia kecil yang tersebar di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Hal ini dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kupang tahun 2019-2020, dalam data sebaran populasi ternak. Jumlah ternak kambing di Kabupaten Kupang pada tahun 2019 sebanyak 143.524 ekor dan pada tahun 2020 sebanyak 146.882 ekor. Kecamatan Fatuleu Barat merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Kupang. Dari 2019 hingga 2021, populasi kambing di Kecamatan Fatuleu Barat terus meningkat setiap tahunnya. Pada 2019, terdapat 2.738 ekor kambing, pada 2020 sebanyak 2.806 ekor, dan pada 2021 sebanyak 3.308 ekor.

Kecamatan Fatuleu Barat memiliki potensi yang sangat bagus sebagai lokasi pengembangan peternakan kambing. Keunggulan ini dapat ditemukan dalam luasnya lahan yang tersedia dan semangat yang tinggi dari masyarakat setempat terhadap kegiatan peternakan kambing. Warga di wilayah ini cenderung menyukai beternak kambing karena ukuran tubuhnya yang tidak terlalu besar, perawatannya yang mudah, dan kemampuannya untuk berkembang biak dengan cepat.

Awalnya, pembiakan kambing di masyarakat dilakukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga. Namun, seiring berjalaninya waktu, terjadi perubahan signifikan dalam bidang peternakan, mengubahnya menjadi sumber pendapatan dan keuntungan yang nyata bagi para peternak. Awalnya, permintaan daging kambing terbatas pada acara-acara khusus seperti perayaan Idul Adha, rumah potong hewan, dan restoran yang menyajikan daging kambing sebagai menu utama. Di Kecamatan Fatuleu Barat, faktor pendukung utama adalah ketersediaan pakan ternak yang cukup memadai. Keadaan ini berdampak positif pada peternakan, di mana biaya yang dikeluarkan untuk beternak kambing relatif rendah, menciptakan potensi usaha yang menjanjikan bagi masyarakat setempat. Pentingnya usaha peternakan kambing diakui karena membantu memenuhi berbagai kebutuhan keluarga, seperti pembayaran cicilan pinjaman, biaya pendidikan, biaya kesehatan, acara syukuran keluarga, dan lain sebagainya.

Dalam pengembangan usaha peternakan kambing, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, dan salah satunya adalah aspek pemasaran. Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan atau layanan yang dilakukan untuk mengalihkan suatu produk dari produsen ke konsumen (Anindita, 2004). Konsumen umumnya tidak mendapatkan kambing langsung dari produsen, melainkan melalui lembaga penyalur yang melakukan kegiatan untuk menyampaikan barang atau layanan dari produsen ke konsumen melalui pedagang perantara. Setiap jalur pemasaran memiliki peran dan fungsi tertentu dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat diartikan sebagai jalur yang digunakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memfasilitasi pemindahan produk dari produsen hingga ke tangan konsumen. Jalur pemasaran yang tidak efisien atau terlalu panjang dapat mengakibatkan perbedaan harga yang tidak sesuai, menimbulkan beban biaya pemasaran yang berat bagi konsumen, dan membuat harga jual ternak kambing menjadi lebih rendah bagi peternak jika dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjualnya langsung kepada konsumen. Untuk menciptakan sistem pemasaran yang efisien dan menguntungkan baik bagi peternak maupun konsumen,

penting bagi peternak untuk memilih saluran pemasaran yang lebih pendek. Namun, berdasarkan informasi yang tersedia, belum ada data mengenai saluran atau mekanisme pemasaran, serta efisiensi saluran pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang. Oleh karena itu, masih belum jelas seberapa besar margin pemasaran dan farmer share di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam konteks penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini mencakup gambaran dan penjelasan mengenai bentuk dan saluran pemasaran. Sebaliknya, data kuantitatif terdiri dari angka-angka, seperti harga penjualan, biaya pemasaran, dan harga di tingkat konsumen. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan peternak yang terlibat dalam penelitian. Sementara itu, data sekunder berasal dari buku-buku, laporan statistik, dan berbagai sumber kepustakaan, serta instansi-instansi terkait dengan penelitian ini. Contoh data sekunder melibatkan informasi populasi ternak kambing dari Badan Statistik (BPS) Kecamatan Fatuleu Barat, Dinas Peternakan, lembaga-lembaga lain yang relevan dengan penelitian, dan jurnal-jurnal penelitian sosial ekonomi peternakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Profil Peternak**

Usia. Usia merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi tingkat produktivitas individu dalam dunia kerja. Pentingnya faktor usia terutama terlihat dalam konteks usaha peternakan, di mana usia secara langsung memengaruhi kondisi fisik, mental, dan kemampuan pengambilan keputusan yang dapat berdampak pada produktivitas usaha peternak. Peternak yang lebih muda cenderung memiliki keunggulan dalam kelincahan dalam menjalankan usaha mereka, sementara peternak yang lebih tua memiliki keuntungan dalam hal pengalaman dan strategi beternak yang telah teruji. Menurut Setiawina (2013), produktivitas dalam bekerja secara umum dipengaruhi oleh rentang usia produktif, yaitu antara 15 hingga 55 tahun. Usia di bawah 15 tahun dan di atas 55 tahun dianggap sebagai rentang usia yang kurang produktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 60 responden peternak, mayoritas berada dalam rentang usia produktif (15-55 tahun), mencakup 50 orang atau sekitar 83,33%. Sementara itu, 10 orang sisanya (16,67%) termasuk dalam kelompok usia di atas 55 tahun. Pada kelompok pedagang pengumpul, dari 5 responden, 2 orang berada dalam rentang usia produktif (40%), sementara 60% sisanya berusia di atas 55 tahun dan dianggap tidak produktif. Di sisi lain, seluruh responden pedagang besar 100% berada dalam rentang usia produktif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usia memainkan peran penting dalam memengaruhi dinamika produktivitas dalam sektor peternakan, di mana masing-masing kelompok usia memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu diperhatikan dalam mengelola usaha mereka.

Tabel 1. Klasifikasi umur peternak, pedagang pengumpul dan pedagang besar di Kecamatan Fatuleu Barat tahun 2023

Umur (Tahun)	Peternak		Pedagang pengumpul		Pedagang Besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
15-55	50	83.33	2	40	3	100
>55	10	16.67	3	60		0
Total	60	100	5	100	3	100

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Pendidikan. Pendidikan yang dimaksud dalam konteks ini merujuk pada pendidikan formal yang telah diselesaikan oleh responden. Menurut Pande et al. (2020), tingkat pendidikan peternak merupakan salah satu dari beberapa faktor latar belakang yang dapat mempengaruhi tingkat manajemen usaha peternakan kambing.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan peternak di lokasi penelitian cenderung rendah, dengan sebagian besar dari mereka (75%) memiliki latar belakang pendidikan Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama. Sebaliknya, mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi (SMA/SMK dan perguruan tinggi) hanya mencapai 25%. Data pada Tabel 2 juga menunjukkan bahwa 40% dari pedagang pengumpul memiliki pendidikan Sekolah Menengah Pertama, 40% memiliki pendidikan Sekolah Menengah Atas, dan 20% sisanya adalah lulusan Sekolah Dasar. Tidak ada pedagang besar yang hanya memiliki pendidikan Sekolah Dasar. Tingkat pendidikan pedagang besar didominasi oleh Sekolah Menengah Pertama sebanyak 33,33%, sementara Sekolah Menengah Atas mencapai 66,6%.

Tabel 2 Tingkat pendidikan peternak, pedagang pengumpul dan pedagang besar di Kecamatan Fatuleu Barat

Tingkat Pendidikan	Uraian					
	Peternak		Pedagang pengumpul		Pedagang Besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
TS			-	-	-	-
SD	25	41.66	1	20	-	-
SLTP	20	33.33	2	40	1	33.33
SLTA	11	18.33	2	40	2	66.66
PT	4	6.66				
Total	60	100	5	100	3	100

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Pekerjaan. Petani peternak perlu memastikan bahwa mereka memiliki sumber penghasilan yang mencukupi untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga, termasuk makanan, biaya pendidikan anak-anak, dan keperluan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Kecamatan Fatuleu Barat bergantung pada profesi sebagai petani. Hal ini menggambarkan bahwa kegiatan pertanian memiliki peran signifikan dalam ekonomi lokal dan kehidupan komunitas setempat.

Tabel 3 Sebaran pekerjaan petani peternak,pedagang pengumpul dan pedagang besar di Kecamatan Fatuleu Barat

Pekerjaan	Uraian					
	Peternak		Pedagang Pengumpul		Pedagang Besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
Tidak Bekerja						

PNS	1	1.66	-	-		
Wiraswasta	1	1.66	-	-		-
Petani	53	88.33	5	100	3	100
Lainnya	5	8.33	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer,2023.(diolah)*

Jenis Kelamin. Informasi mengenai jenis kelamin partisipan dapat ditemukan di Tabel 4. Berdasarkan analisis data pada tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang terlibat dalam usaha peternakan kambing adalah laki-laki, mencapai 91,66%, sementara 8,33% sisanya adalah perempuan. Hal ini disebabkan oleh sifat ekstensif sistem pemeliharaan kambing, yang umumnya dilakukan di padang penggembalaan yang jauh dari tempat tinggal, sehingga lebih banyak diikuti oleh peternak laki-laki. Selain itu, seluruh pedagang pengumpul dan pedagang besar ternak kambing yang terlibat dalam penjualan ternak kambing juga semuanya adalah laki-laki, mencapai 100%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam aktivitas pemasaran ternak kambing, peran utamanya dipegang oleh pria.

Tabel 4 Sebaran peternak dan pedagang ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat berdasarkan jenis kelamin tahun 2023

Jenis Kelamin	Uraian					
	Peternak		Pedagang pengumpul		Pedagang Besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
Laki-Laki	55	91.66	5	100	3	100
Perempuan	5	8.33	-	-		
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer,2023 (diolah)*

Jumlah Tanggungan Keluarga. Jumlah kewajiban keluarga merupakan faktor yang signifikan dalam memotivasi petani, peternak, dan pedagang untuk berusaha dengan penuh dedikasi, karena erat kaitannya dengan beban tanggungan yang harus mereka hadapi. Prinsip ini menganggap anggota keluarga sebagai tanggungan, terutama jika dilihat dari segi konsumsi. Namun, jika dilihat dari sudut pandang potensi tenaga kerja, keberadaan anggota keluarga dapat mendukung kegiatan peternakan kambing yang dijalankan oleh peternak maupun pedagang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga peternak di Kecamatan Fatuleu Barat adalah 4,3, dengan koefisien variasi (KV) sebesar 22,65%. Data menunjukkan bahwa dari 60 responden peternak, sebanyak 61,67% memiliki tanggungan keluarga sebanyak 1-4 anggota, sementara 38,33% peternak memiliki tanggungan lebih dari 5 orang. Di sisi lain, rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul adalah 1,6, dengan KV sebesar 34,23%, dan rata-rata tanggungan keluarga pedagang besar adalah 1,5, dengan KV sebesar 38,49%.

Tabel 5 Jumlah tanggungan keluarga peternak, pedagang pengumpul dan pedagang besar di Kecamatan Fauleu Barat tahun 2023

Jumlah Tanggungan Keluarga	Uraian					
	Peternak		Pedagang Pengumpul		Pedagang besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
1-4	37	61.66	2	40	2	66.67
>5	23	38.33	3	60	1	33.33
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer,2023.(diolah)*

Pengalaman atau Lama Usaha Responden. Peternak yang telah memiliki pengalaman usaha yang lebih lama cenderung memiliki keunggulan dalam perencanaan usahanya, karena mereka telah memahami berbagai aspek yang terlibat dalam pemeliharaan ternak. Lama usaha diukur sebagai periode waktu yang telah dihabiskan oleh peternak dalam menjalankan kegiatannya, dinyatakan dalam satuan tahun (Wahyono, 2017). Semakin panjang pengalaman berternak, semakin meningkat kemampuan dalam menjalankan usaha. Pengalaman berternak diukur berdasarkan lamanya terlibat dalam kegiatan tersebut.

Dari hasil penelitian, terungkap bahwa petani peternak kambing umumnya sangat berpengalaman, karena telah menjalankan usahanya selama lebih dari 10 tahun. Rata-rata pengalaman usaha peternak di Kecamatan Fatuleu Barat mencapai  $12,81 \pm 5,87\%$  dengan koefisien variasi (KV) sebesar 45,78%. Pengalaman usaha tertinggi mencapai 30 tahun, sementara pengalaman usaha terendah adalah 5 tahun dengan KV sebesar 45,78%. Data ini mengindikasikan bahwa dari 60 petani peternak di Kecamatan Fatuleu Barat, sekitar 33,33% (20 peternak) memiliki pengalaman usaha antara 1-10 tahun, sedangkan 66,67% (40 peternak) memiliki pengalaman usaha lebih dari 10 tahun. Rata-rata pengalaman usaha pedagang pengumpul mencapai 4,2% dengan KV 10,43%, sedangkan rata-rata pengalaman usaha pedagang besar mencapai 13,5% dengan KV 12,83%.

Tabel 6 Tingkat pengalaman peternak, pedagang penumpul dan pedagang besar di Kecamatan Fatuleu Barat tahun, 2023

Pengalaman Usaha (Tahun)	Uraian					
	Peternak		Pedagang Pengumpul		Pedagang besar	
	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
0-10	20	33,36	3	60		
>10	40	66,67	2	40	3	100
Total	60	100	5	100	3	100

Sumber :Data Primer, 2023(diolah)

Saluran Pemasaran. Istilah "Saluran Pemasaran" digunakan untuk merujuk kepada metode yang digunakan oleh produsen untuk mengirimkan produk atau layanan kepada konsumen akhir. Pemilihan saluran yang sesuai adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kelancaran pergerakan produk dari produsen ke konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran, termasuk peran yang dimainkan oleh setiap entitas dalam memperluas dan melancarkan distribusi ternak kambing, memiliki peranan penting dalam menjual produk ternak kambing dengan harga yang adil kepada konsumen tanpa merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran dalam pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang:

- 1) 1) Petani peternak Konsumen ternak kambing;
- 2) 2) Petani peternak Pedagang Besar Konsumen ternak kambing;
- 3) Petani peternak Pedagang Pengumpul Konsumen ternak kambing.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa petani peternak telah mendirikan organisasi pemasaran yang bergantung pada saluran ini.

### Margin Pemasaran

Margin Pemasaran merujuk pada perbedaan harga antara pembayaran yang dilakukan oleh konsumen atau pedagang perantara dengan harga yang diterima oleh petani atau peternak (Ballo dan Lalus, 2021). Keuntungan pemasaran memiliki relevansi

di setiap tahap pasar, termasuk tingkat pedagang pengumpul dan pedagang besar. Besarnya keuntungan pada setiap lembaga pemasaran hewan kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang dapat ditemukan dalam Tabel 7.

Tabel 7 margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang.

No Saluran Pemasaran	Status	Rata-rata Harga Beli (Rp/ekor)	Rata-rata Harga Jual (Rp/ekor)	Margin (Rp/ekor)
I	Peternak		1.000.000	
I	Konsumen Ternak Kambing	1.000.000		
	Total			
II	Peternak		1.500.000	
II	Pedagang besar	1.500.000	1.700.000	200.000
	Konsumen Ternak Kambing	1.700.000		
	Total			200.000
III	Peternak		1.600.000	
III	pedagang Pengumpul	1.600.000	1.750.000	150.000
III	Konsumen Ternak Kambing	1.750.000		
	Total			150.000

Sumber: Data Primer,2023 (diolah).

Dari data dalam Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran pada penelitian ini adalah sebesar Rp.200.000 dan Rp.150.000/ekor. Perhitungan margin harga dalam penelitian ini dilakukan dengan mengurangkan harga jual ternak kambing dari harga beli. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Yunita dan Noviar (2020) yang menyatakan bahwa margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh peternak. Dengan demikian, dapat dianalisis margin dan efisiensi pemasaran ternak kambing dari peternak hingga ke konsumen akhir.

### Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merujuk kepada pengeluaran yang terjadi selama proses pemasaran. Menurut Rasyaf (2009) mengemukakan bahwa biaya pemasaran mencakup total biaya yang dikeluarkan oleh peternak untuk melaksanakan kegiatan yang terkait dengan penjualan produk hingga mencapai konsumen akhir. Oleh karena itu, jumlah pengeluaran dari laba perantara dianggap sebagai bagian dari biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran dapat bervariasi tergantung pada panjang atau pendeknya jalur pemasaran. Tabel 8 menunjukkan rincian biaya pemasaran untuk ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat, Kabupaten Kupang.

Tabel 8 Biaya pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang tahun 2023

Biaya Pemasaran		
Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/ekor)
II	Pedagang besar	
	1. Biaya Penampungan	100.000
	2. Biaya Pakan	50.000
	3. Biaya Transportasi	150.000
	Total	300.000
III	Pedagang pengumpul	
	1. Biaya Penampungan	70.000
	2. Biaya Pakan	30.000

	3. Biaya Transportasi	100.000
	Total	200.000

Sumber : Data Primer,2023.(diolah).

Tabel 8 menggambarkan keterlibatan saluran pemasaran yang melibatkan peternak, pedagang besar, dan pedagang pengumpul, yang menghabiskan biaya pemasaran sebagaimana tercantum dalam tabel tersebut. Pada Saluran Pemasaran II, biaya pemasaran mencakup biaya penampungan, biaya pakan, dan biaya transportasi yang ditanggung oleh pedagang besar. Jumlah total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar mencapai Rp300.000, sedangkan pedagang pengumpul mengeluarkan total biaya pemasaran sebesar Rp200.000.

### Keuntungan Pemasaran Ternak Kambing

Keuntungan (Marketing Profit) adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan kepada produsen dan harga yang diterima dari konsumen. Keuntungan ini merupakan saldo positif dari pendapatan penjualan setelah dikurangkan dengan harga pokok produk yang dijual dan berbagai biaya lainnya. Informasi mengenai keuntungan pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat, Kabupaten Kupang, dapat ditemukan pada Tabel 9.

Tabel 9 Keuntungan pemasaran (marketing profit) pedagang pengumpul dan pedagang besar Keuntungan (Marketing profit)

No	Uraian	Perbedaan harga jual	Biaya pemasaran	Keuntungan (Rp)
II	Pedagang Besar	1.700.000	300.000	1.699.999.83
III	Pedagang Pengumpul	1.750.000	200.000	1.749.999.89
Total		3.450.000	500.000	3.450.000

Sumber: Data primer, 2023 (Diolah).

Tabel 9 mencerminkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh pedagang besar mencapai Rp.1.699.999 per ekor, sementara pedagang pengumpul mendapatkan keuntungan sejumlah Rp.1.749.999 per ekor. Fakta ini mengindikasikan bahwa keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul lebih tinggi dibandingkan dengan keuntungan yang diterima oleh pedagang besar.

### Farmer's Share

Farmer's share merujuk pada perbandingan antara pendapatan yang diterima oleh peternak kambing sebagai produsen dalam penjualan ternak kambing dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Asmarantaka (2014) menjelaskan bahwa Farmer's share adalah bagian dari pendapatan yang diperoleh oleh produsen dari harga di tingkat produsen dibandingkan dengan harga di tingkat konsumen. Penulis tersebut menekankan bahwa jika farmer's share melebihi 50%, proses pemasaran dianggap efisien, tetapi jika farmer's share kurang dari 50%, pemasaran dianggap tidak efisien. Informasi terkait farmer's share dalam pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat dapat ditemukan pada Tabel 10.

Tabel 10 Farmer share pemasaran tenak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang

Saluran	Uraian	Peternak	Pedagang Besar	Pedagang Pengumpul	Konsumen Ternak Kambing	Farmer's Share (%)
I	Harga beli (Rp/ekor)				1.000.000,00	100
	Harga jual (Rp/ekor)	1.000.000,00				
	Margin Pemasaran					
	Biaya Pemasaran					

	(Rp/ekor)					
II	Harga beli (Rp/ekor)		1.500.000,00		1.700.000,00	88
	Harga jual (Rp/ekor)	1.500.000,00	1.700.000,00			
	Margin Pemasaran		200.000,00			
	Biaya Pemasaran (Rp/ekor)		300.000,00			
III	Harga beli (Rp/ekor)			1.600.000,00	1.750.000,00	91
	Harga jual (Rp/ekor)	1.600.000,00		1.750.000,00		
	Margin Pemasaran			150.000		
	Biaya Pemasaran (Rp/ekor)			200.000,00		

Sumber: Data Primer, 2023. (diolah).

Pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat Kabupaten Kupang telah menunjukkan tingkat efisiensi yang baik, karena bagian yang diterima oleh peternak (farmer's share) sudah melebihi 50%. Hal ini sesuai dengan pandangan yang disampaikan oleh Asramantaka (2014), di mana jika farmer's share > 50%, maka pemasaran dianggap efisien.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga jalur pemasaran untuk ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat, Kabupaten Kupang, yakni: a) Jalur I: dari peternak langsung ke konsumen akhir; b) Jalur II: dari peternak ke pedagang besar, kemudian ke konsumen akhir; c) Jalur III: dari peternak ke pedagang pengumpul, lalu ke konsumen akhir.
2. Margin pemasaran dari jalur pemasaran yang ada di Kecamatan Fatuleu Barat adalah sekitar Rp200.000 dan Rp150.000 per ekor. Biaya pemasaran hanya terjadi pada Jalur II dan III, di mana biaya Jalur II tiga kali lipat lebih besar dibandingkan dengan Jalur III. Tingkat farmer's share tertinggi terdapat pada Jalur I (100%) dengan indeks efisiensi 0%, Jalur II (88%) dengan indeks efisiensi 20%, dan Jalur III (91%) dengan indeks efisiensi 11%.
3. Ketiga jalur pemasaran ternak kambing di Kecamatan Fatuleu Barat, Kabupaten Kupang, dianggap efisien. Efisiensi pemasaran diukur dengan farmer's share yang melebihi 50%, dan dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa farmer's share pada ketiga jalur pemasaran tersebut memenuhi kriteria efisiensi."

## DAFTAR PUSTAKA

- Anandita, 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus, Surabaya.
- Asmarantaka, R. W.2014. Pemasaran Agribisnis (Agri Marketing) PT Penerbit IPB Press. Bogor
- Ballo,V.J., dan Lalus, M. F. 2021. Analisis pemasaran ternak babi hidup penggemukan di Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur: Analysis Marketing of Life Fattening Pig in Kupang Regency, East Nusa Tenggara. Jurnal Peternakan Lahan Kering,3(3):1728-1740.
- Lalus, M.F, Fanani, Z, Nugroho, B .A, dan Utami, H. 2018. Analysis Of Beef Cattle Marketing In Kupang Regency, East Nusa Tenggara Province, Indonesian.Asian Academi Research Journal Of Multidisciplinary (AARJMD). 5(5): 2319-2801.
- Daryanto, A. 2009. Dinamika Daya Saing Industri Peternakan. IPB Press, Bogor.
- Kamaluddin. 2008. Lembaga Dan Saluran Pemasaran.www. Jurnalistik. Co.id
- Pande. D.W, N,Suparta, dan M. Antara. 2020 " pengaruh perilaku peternak plasma terhadap kinerja usaha kemitraan ayam ras pedaging di Kabupaten Bangli," Jurnal manajemen agribisnis.8(1).
- Rasyaf, M. 2009. Panduan Beternak Ayam Petelur.Jakarta: Penebar Swadaya

- Setiawina, 2013. Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin Di Desa Bebandem. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Universitas Udayana.
- Wahyono. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Relationship Marketing Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal* 6(2) (2017).
- Yunita, R. dan Noviar, H. 2020. Analisis Perkembangan Farmer's Share dan Marketing Margin Padi di Indonesia Tahun 2010-2020. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 7(2):90-9.