

**KINERJA MANAJEMEN RANTAI PASOK PETERNAKAN
KAMBING DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**

SKRIPSI

Oleh:

MHD. IHZA ANANDA

NPM : 1704300143

Program Studi : AGRIBISNIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

**KINERJA MANAJEMEN RANTAI PASOK PETERNAKAN
KAMBING DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**

SKRIPSI

Oleh :

MHD. IHZA ANANDA

1704300143

AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1)
Pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si
Ketua


Yudha Andriansyah Putra S.P., M.P
Anggota

Disahkan Oleh :


Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus: 18-04-2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Mhd. Ihza Ananda

NPM : 1704300143

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Kinerja Manajemen Rantai Pasok Peternakan Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan ” adalah berdasarkan dari penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Mei 2022

Yang Menyatakan



Mhd. Ihza Ananda

RINGKASAN

Mhd. Ihza Ananda (1704300143) dengan judul skripsi “**Kinerja Manajemen Rantai Pasok Peternakan Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan**”. Dibimbing oleh Bapak **Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si.** sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak **Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.Si.** sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aliran dan kinerja rantai pasok dalam usaha ternak di Kecamatan Percut Sei Tuan, serta untuk menganalisis efisiensi pemasaran peternak kambing di kecamatan Percut Sei Tuan. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Wilayah cakupan Kecamatan Percut Sei Tuan ini terbagi atas 9 Desa, yaitu: Desa Saentis, Desa Bandar Khalipah, Desa Sampali, Desa Bandar Klippa, Desa Bandar Setia, Desa Kolam, Desa Laut Dendang, Desa Medan Estate, dan Desa Tembung, dengan jumlah Responden 30, yang terdiri dari 19 Peternak dan 11 Agen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan penarikan sampel menggunakan *snowball sampling* yang merupakan bagian dari *non probability sampling* dengan kriteria pelaku rantai pasok yaitu peternak dan agen dengan sektor peternakan kambing yang menghasilkan produk turunan dari hasil pasokannya. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan pendekatan *food supply chain network* (FSCN) dan mempertimbangkan efisiensi pasar dari aliran distribusi peternakan kambing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara garis besar, *supply chain* peternakan kambing di Kecamatan Percut Sei Tuan terbagi atas 2 aliran yaitu; 1. Pemasok-Peternak-Konsumen, 2. Pemasok-Peternak-Agen-Industri Kamar Potong-Konsumen. Secara bisnis rantai pasok, kecamatan ini sudah memenuhi dari keempat proses bisnis yaitu *procurement*, *manufacturing*, *replenishment*, dan *customer order*. Sedangkan untuk segi efisiensi pemasaran pada Kecamatan Percut Sei Tuan sudah mencapai tingkat yang efisien dari berbagai aliran di tiap tingkatannya yang berperan di pemasaran ternak kambing.

Kata Kunci: Kinerja, Rantai Pasok, Kambing.

SUMMARY

Mhd. Ihza Ananda (1704300143) with the title of the thesis **“Performance Supply Chain Management Of Goat Farms In Percut Sei tuan Sub District.”**

Was guided by **Mr. Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si.** as Chair of the Supervisor and **Mr. Yudha Andriansyah Putra, S.P.,M.P.** as a Member of the Supervisor.

This study aims to analyze the flow and performance of the supply chain in Percut Sei Tuan Sub District, and to analyze the efficient marketing of goat farmers in Percut Sei Tuan Sub District. In this study was conducted in Percut Sei Tuan Sub District, Deli Serdang Regency, the coverage area of Percut Sei Tuan Sub District, was divided into 9 villages, namely: Saentis Village, Bandar Khalipah Village, Sampali Village, Bandar Klippa Village, Bandar Setia Village, Kolam Village, Laud Dendang Village, Medan Estate Village, and Tembung Village with the number of 30 respondents, consisting of 19 Farmers and 11 agents. Of this study using a quantitative descriptive method with sample pickars using snowball sampling which is part of a non probability sampling with the criteria for supply chain. Farmers and agents with the farm sectors goats that produce derivative products from the supply of the data analysis used are using the Food Supply Chain Network (FSCN) approach and considering market efficiency from the distribution of goat. The results showed that broadly, the supply chain of goat farms in Percut Sei Tuan Sub District was divided into 2 streams, namely; 1. Suppliers-Farmer-Customer, 2. Suppliers-Farmer-Agent-Industry Cut Rooms-Customer. In the business chain in the from it has fulfilled from the four business processes namely Procurement, Replenishment, Manufacturing, and Customer Order. While in terms of marketing efficiency in Percut Sei Tuan Sub District, have reached an efficient level of various streams at each level that plays a role in marketing goats.

Keywords: Performance, Supply Chain, Goat.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mhd. Ihza Ananda, lahir pada tanggal 29 Oktober 1999 di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Merupakan anak ke 1 dari 2 bersaudara dari pasangan Ayahanda Alm. Helmi dan Ibunda Yusnidar.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2011, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Muhammadiyah 18 Medan.
2. Tahun 2014, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Pertiwi Medan.
3. Tahun 2017, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMK Negeri 5 Medan.
4. Tahun 2017, melanjutkan pendidikan S1 pada program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain :

1. Tahun 2017, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/i baru (PKKMB) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2017, mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) pimpinan komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2020, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Moeis Perkebunan Sipare Pare Kabupaten Batubara.
4. Tahun 2020, mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Morawa A, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.

5. Tahun 2021, meraih juara ke 2 dalam Pekan Kreativitas Inovasi VI Mahasiswa 2021 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2021, melakukan penelitian Skripsi dengan judul Kinerja Manajemen Rantai Pasok Peternakan Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Karunianya penulis dapat menyelesaikan Proposal ini guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Maka penulis menyusun Proposal yang berjudul **“Kinerja Manajemen Rantai Pasok Peternakan Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan”**. Selama penulisan Proposal ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Alm. Helmi dan Ibunda Yusnidar yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tulus sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Prof.Dr.Ir.Muhammad Buhari Sibuea,M.Si selaku Ketua komisi pembimbing.
3. Bapak Yudha Andriansyah Putra S.P.,M.P. selaku Anggota Komisi Pembimbing
4. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Seluruh Dosen dan Staf biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Kepala Camat Kecamatan Percut Sei Tuan, beserta staff nya yang telah memberikan waktu serta kesempatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Peternak Kambing dan Agen Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan, yang telah memberikan waktu dan kesempatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunianya atas kebaikan hati bapak atau ibu serta rekan-rekan sekalian. Penulis menyadari bahwa Proposal ini masih banyak kekurangan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Medan, April 2022

Muhammad Ihza Ananda

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA	4
Kambing	4
Rantai Pasok	5
<i>Food Supply Chain Network</i>	7
Sasaran Rantai Pasok	9
Struktur Rantai Pasok	10
Manajemen Rantai Pasok	11
Sumber Daya Rantai Pasok	11
Proses Bisnis Rantai Pasok	11
Kinerja Rantai Pasok	11
Efisiensi Pemasaran.....	12
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran	15

METODE PENELITIAN	18
Metode Penelitian	18
Metode Penentuan Lokasi	18
Metode Pengambilan Sampel	18
Metode Penentuan Data	19
Metode Analisis Data	19
Margin Pemasaran	20
Farmer Share	22
Definisi dan Batasan Operasional	23
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	24
Gambaran Umum Daerah Penelitian	24
Letak Geografis Dan Luas Wilayah	24
Prasarana Umum	27
Kependudukan	28
Karakteristik Responden	28
Hasil Dan Pembahasan	33
Aliran Rantai Pasok Kecamatan Percut Sei Tuan	33
<i>Food Supply Chain Network</i>	34
Sasaran Rantai Pasok	34
Sasaran Pengadaan (<i>Upstream</i>)	35
Sasaran Pengelolaan (<i>Internal</i>)	35
Sasaran Pasar (<i>Downstream</i>)	36
Struktur Rantai Pasok	36
<i>Anggota Supply Chain</i>	37

Peternak Kambing Kecamatan Percut Sei Tuan	37
Agen Kecamatan Percut Sei Tuan	38
Industri Kamar Potong	40
Pemasok Kebutuhan Ternak	40
Pola Aliran Dalam <i>Supply Chain</i>	42
Manajemen Rantai Pasok	43
Sumber Daya Rantai Pasok	44
Sumber Daya Fisik	44
Sumber Daya Manusia	45
Sumber Daya Permodalan	45
Proses Bisnis Rantai Pasok	45
Hubungan Proses Rantai Pasok	46
Efisiensi Pemasaran	48
Pemasok	52
Peternak Kecamatan Percut Sei Tuan	52
Agen Kecamatan Percut Sei Tuan	54
Industri Kamar Potong	54
KESIMPULAN DAN SARAN	55
Kesimpulan	55
Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Halaman
1	Aliran Rantai Pasok Manajemen	7
2	Kerangka Analisis Deskriptif <i>Food Supply Chain Network</i>	9
3	Kerangka Pemikiran Operasional.....	17
4	Peta Kecamatan Percut Sei Tuan.....	26
5	Aliran Rantai Pasok Kecamatan Percut Sei Tuan	34
6	Prosedur Pengadaan Kebutuhan Obat-Obatan Dan Pakan.....	41
7	Pola Aliran Melalui Konsumen Langsung	42
8	Pola Aliran Melalui Agen.....	43

DAFTAR TABEL

No	Tabel	Halaman
1	Data Populasi Kambing Di Deli Serdang 2016-2017	1
2	Persentase Prasarana Umum Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2021 .	27
3	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4	Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Usia.....	28
5	Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Usia	29
6	Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Jenis Kelamin	30
7	Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
8	Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Pengalaman	31
9	Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Pengalaman.....	31
10	Harga Penjualan Kambing Di Setiap Tingkatan	39
11	Aktivitas Pelaku Pemasaran.....	39
12	<i>Margin</i> Pemasaran Ternak Kambing Pada Aliran I.....	49
13	<i>Margin</i> Pemasaran Ternak Kambing Pada Aliran II	50

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Peternak Kecamatan Percut Sei Tuan	58
2.	Kuesioner Agen Kecamatan Percut Sei Tuan	62
3.	Persentase Prasarana Umum Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2021 .	66
4.	<i>Breed</i> Kambing Di Daerah Tropis Dan Subtropis	67
5.	Data Pembelian Bibit Kambing Peternak Ke Pemasok	69
6.	Data Biaya Budidaya Peternak Kambing	70
7.	Harga Jual Kambing Dari Peternak	71
8.	Data Alur Penjualan Kambing	72
9.	Data Luas Lahan Peternak Kambing	73
10.	Data Penjualan Kambing Dalam Perbulan	74
11.	Data Jumlah Kambing Peternak	75
12.	Dokumentasi	76

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha peternakan dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian masyarakat selain beternak. Usaha lainnya adalah Rumah Potong Hewan (TPH) yang berperan sebagai subsistem pemasaran hasil ternak dalam penyediaan daging sapi dan kerbau (Azwanda, 2017).

Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan ke depan adalah peternakan. Produk peternakan yang dibutuhkan masyarakat semakin meningkat setiap tahunnya. Ternak merupakan pembawa protein, energi, vitamin, dan mineral yang semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi untuk meningkatkan kualitas hidup (Syukur, 2017).

Tabel 1. Data Populasi Kambing di Deli Serdang Tahun 2015-2019

Tahun	Populasi (Ekor)
2015	130.260
2016	252.274
2017	130.260
2018	146.116
2019	155.000

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Populasi kambing di DeliSerdang masih cukup signifikan. Berdasarkan data peningkatan selama 3 tahun terakhir, peningkatan partisipasi kambing dapat dilihat dari tahun 2017 hingga 2019, artinya permintaan kambing akan terus meningkat dengan pertumbuhan produksi yang terus meningkat di Kabupaten Deli Serdang (BPS Kab. Deli Serdang, 2019).

Keberhasilan sebuah perusahaan tergantung pada efisiensi rantai pasokan yang digunakannya. Sistem benchmarking diperlukan sebagai panduan untuk mengoptimalkan kinerja rantai pasok. Tujuan utama dari ukuran ini adalah untuk mendukung desain pasar evaluasi kinerja dan menentukan langkah-langkah masa depan pada strategi, taktik dan operasi (Tsao, 2013).

Saptana dan Daryanto (2012) mengemukakan bahwa manfaat penerapan *supply chain management* antara lain 1) nilai tambah, yang meliputi konsistensi baik kualitas maupun kuantitas serta konsistensi dalam biaya produksi; Transaksi yang berdampak lebih besar pada daya tanggap pasar yang terfokus pada pengecer 3) Mitigasi risiko usaha, yaitu jaminan pemasaran yang disesuaikan dengan adopsi teknologi yang mengarah pada efisiensi produksi yang digunakan

Dari hasil studi Kecamatan Percut Sei Tuan memiliki banyak peternak kambing. Sebagian besar peternak memiliki sekitar 50 ekor kambing per petak lahan, sedangkan peternak di kecamatan yang menjual kambing tidak dikelola dengan baik dan dari segi rantai pasok saluran distribusi. Pangsa pasar yang sangat kecil menjadi dasar bagi masalah yang belum terselesaikan. Jika rantai pasokan tidak dikelola dengan benar biayanya akan tinggi termasuk biaya transaksi, biaya transportasi, biaya penyimpanan biaya kerusakan dan kepentingan masing-masing aktor, dll.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa efisiensi pengelolaan rantai pasok Kecamatan Percut Sei Tuan belum terkelola dengan baik. Selain pangsa pasar yang kecil Peternak kambing di kecamatan tersebut hanya sebatas peternak umum saja. Bentuk badan hukum atau CV yang jelas, kinerja manajemen yang

tidak dikelola dengan baik juga dapat mengakibatkan beban kerja yang tidak terkelola dan tugas inti yang tidak terkelola dengan baik.

Dari uraian di atas Diperlukan lebih banyak penelitian tentang “Kinerja Manajemen Rantai Pasok Peternakan Kambing Di Kecamatan Percut Sei Tuan”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana aliran dan kinerja rantai pasok dalam usaha ternak di kecamatan Percut Sei Tuan?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran peternak kambing di kecamatan Percut Sei Tuan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis aliran dan kinerja rantai pasok dalam usaha ternak di kecamatan Percut Sei Tuan.
2. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran peternak kambing di kecamatan Percut Sei Tuan

Manfaat Penelitian

- 1 Merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P) program studi agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 2 Untuk masyarakat Kecamatan Percutt Sei Tuan Penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan bisnis di masa depan.
- 3 Untuk pengambil keputusan Memberikan informasi kepada pemerintah, instansi dan masyarakat yang terlibat dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pengelolaan, perbaikan dan peningkatan kinerja sapi perah Sehingga pasokan ternak sapi dapat terpenuhi secara merata dan dapat menekankan harga sapi yang sangat tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kambing

Kambing merupakan salah satu jenis hewan yang telah dibudidayakan sejak lama. Beternak kambing tidak sulit karena pola makannya cukup beragam. Banyak makanan hewani yang bisa dimakan. Jenis daun yang paling umum digunakan pada kambing adalah turi, lamtoro dan nangka (Pamungkas, 2009).

Diperkirakan terdapat sekitar 300 *breed* (bangsa/rumpun) kambing di dunia. Sebagian besar *breed* ditemukan di daerah tropis dan subtropics. Dari jumlah tersebut, 70 *breed* ada di Afrika dan sekitar 22 *breed* di Asia yang banyak ditemukan di India, Pakistan, dan Bangladesh.

Kambing tersebar di berbagai daerah. Mampu beradaptasi dengan lingkungan dan sumber daya minimal Menyediakan produk hemat biaya seperti kambing daging, kambing penghasil susu dan bulu. serta menjadi hewan multiguna yang menghasilkan daging, susu dan jasa (Dinas Kesehatan Hewan 2010) Investasi kecil, tubuh cepat dan kematangan seksual. Lebih dari satu anak per kelahiran waktu menggoda yang singkat dan masa kehamilannya cukup cepat Hal ini membuat perputaran modal relatif lebih cepat dibandingkan ternak lainnya. Beberapa keunggulan beternak kambing adalah tidak membutuhkan lahan yang luas. Dibutuhkan sedikit tenaga kerja. dan sangat beradaptasi dengan lingkungan dan makanan terbatas. Hal ini mendukung distribusi ternak hampir di seluruh Indonesia khususnya di daerah pedesaan di pulau jawa. Kurangnya pemahaman peternak tentang manfaat beternak kambing mempengaruhi sistem subsisten. Selain itu peran tabungan bisnis dan keluarga hanya untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak.

Rantai Pasok

Menurut pendapat Jacoby (2009) dalam bukunya yang berjudul “Guide To Supply Chain Management”. SCM adalah koordinasi dari satuan kegiatan, yang termasuk ke dalam kegiatan tersebut adalah memindahkan barang atau produk jasa dari *supplier* akhir, sampai ke pelanggan akhir, dengan berusaha memaksimalkan nilai tambah ekonomisnya.

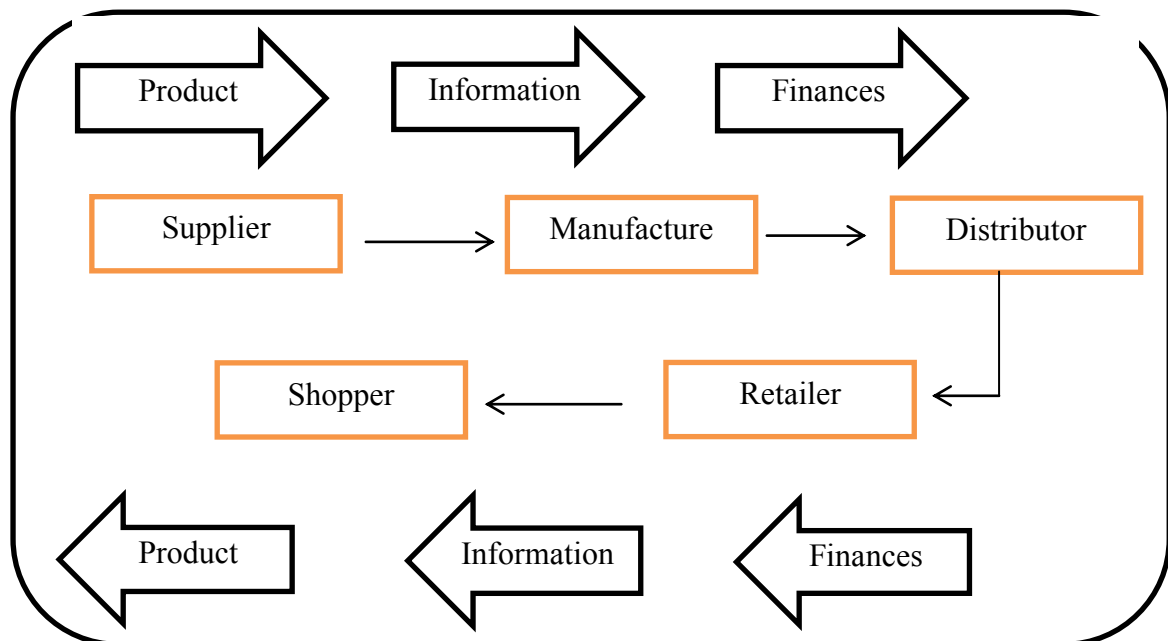
Himes (2004) dalam bukunya “Supply Chain Strategies” mengemukakan bahwa SCM adalah koordinasi dan integrasi segala aktivitas rantai pasokan dalam rangka untuk menyampaikan nilai (*value*) ke pelanggan. Sedangkan yang dimaksud dengan rantai pasokan adalah meliputi semua aktivitas dalam rangka mendapatkan, memindahkan produk atau jasa dari sumbernya sampai ke pengguna akhir.

Sedangkan menurut pendapat Christopher (1992), dalam bukunya “Logistics and Supply Chain Management”, SCM adalah manajemen hubungan antar aliran dari mulai hulu sampai menuju ke hilir, dengan melibatkan para pemasok dan para pelanggan dalam rangka menyerahkan nilai unggul pelanggan (*superior customer value*) secara murah ke dalam keseluruhan sistem rantai pasokan.

Jadi, secara sederhana dapat didefinisikan SCM adalah bagaimana caranya mengelola rantai pasokan yang efektif dan efisien. Rantai pasok atau disebut juga *supply chain* adalah suatu sistem tempat suatu lembaga menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga jaringan dari berbagai lembaga yang tentunya saling berhubungan yang memiliki tujuan sama, yaitu

menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang sebaik mungkin (Tyagi, 2017).

Kualitas pemasaran suatu perusahaan tergantung pada bagaimana ia dapat memasarkan dalam bentuk rantai pasok yang kooperatif dan terintegrasi dari satu unit proses bisnis ke unit proses bisnis lainnya. Dalam penelitian yang telah dilakukan Ada beberapa contoh dalam penelitian proses bisnis ayam pedaging, ayam broiler biasanya diperoleh dari peternak yang dikirim ke pihak-pihak seperti grosir, pengepul atau pengecer. dan kemudian akan dijual ke konsumen akhir. Proses rantai pasok produk mengedarkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. apakah itu produk hulu atau produk hilir. Semua pembelian dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan persyaratan baik pelanggan perantara maupun pelanggan akhir. Hal ini sesuai dengan penelitian Lockamy dan McKormack (2004) tentang rantai pasok ayam yang ditolak. Disimpulkan bahwa proses rantai pasok kambing terdiri dari operator pemasaran seperti peternak kambing, agen, distributor. dan konsumen akhir.



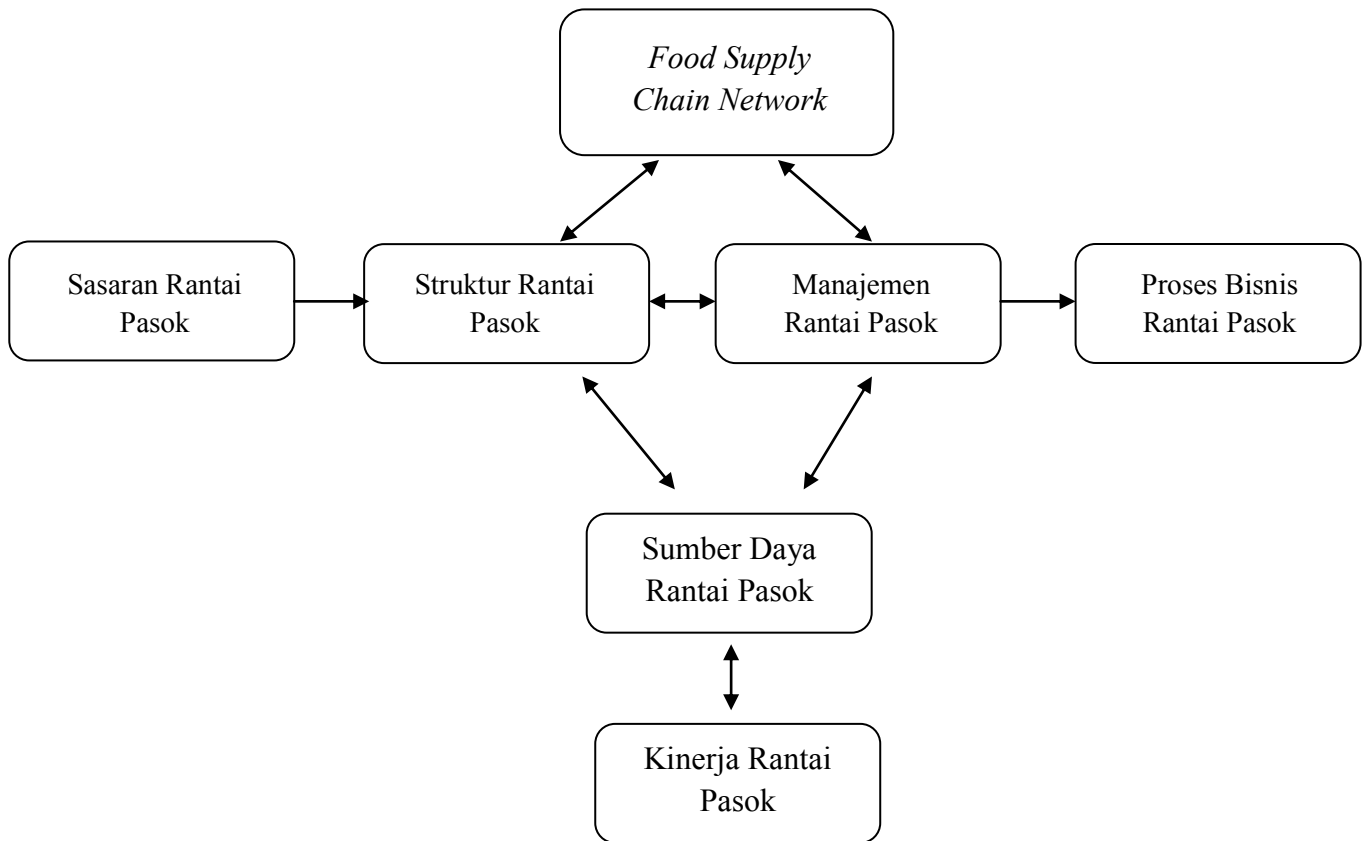
Gambar 1. Aliran Rantai Pasok Manajemen

Food Supply Chain Network

Model jaringan rantai pasokan makanan (FSCN) kehidupan nyata memiliki masalah dengan sejumlah kondisi ketidakpastian. Ketidakpastian yang dimaksud adalah definisi parameter/konstanta yang membentuk model FSCN yang biasanya diasumsikan atau diestimasi pada nilai tertentu. Contoh ketidakpastian dalam FSCN adalah jumlah panen. Bagaimana cara menentukan jumlah panen dengan percaya diri. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ketidakstabilan dalam kehidupan nyata adalah dengan menggunakan pendekatan pemrograman interval. dimana ketidakpastian dan parameter/konstanta berubah dalam bentuk interval waktu (Akhmad, 2019).

Didalam kerangka FSCN, terdapat elemen-elemen yaitu Sasaran Rantai Pasok, Struktur Rantai Pasok, Manajemen Rantai Pasok, Sumber Daya Rantai Pasok, Proses Bisnis Rantai Pasok, dan Kinerja Rantai Pasok. Model rantai pasok ini akan dianalisis dengan menggunakan metode pengembangan rantai pasok yang

mengikuti kerangka proses *Food Supply Chain Management (FSCN)* dari Lambert dan Cooper kemudian dimodifikasi oleh Vorst (Vorst, 2006). Setiap bagian dalam kerangka tersebut dianalisis secara deskriptif tidak pada kinerja rantai. Kinerja rantai pasok akan dianalisis dan diukur secara kuantitatif melalui indikator pemasaran dan *farmer share*.



Gambar 2. Kerangka Analisis Deskriptif *Food Supply Chain Network*

Sasaran Rantai Pasok

Menurut Rainer dan Cegielski (2011) terdapat 3 hal yang mendasar dalam sistem agribisnis ruang lingkup rantai pasok yaitu *Upstream*, *downstream* dan *Internal*. *Upstream* ini adalah tingkat dalam sistem yang mengelola sumber pemasok eksternal, dan di bagian ini manajer perusahaan atau asosiasi orang tersebut memilih pemasok yang akan mengirimkan barang dan jasa yang mereka butuhkan. manajemen persediaan proses transfer pengiriman inspeksi pengiriman pembayaran kepada pemasok dan penilaian pengiriman. Selain itu, di dalamnya terdapat semua kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan masing-masing perusahaan. Produk yang dihasilkan disortir, dikemas dan dijual sesuai dengan kebutuhan pasar. Dalam sistem ini, perusahaan menentukan waktu penanganan pascapanen dengan cepat sehingga produk dapat dijual dan dijual ke pasar melalui

berbagai proses. proses pengujian produk untuk mendapatkan produk yang akurat dan tepat sasaran melalui pemeriksaan kualitas Produktivitas dan produktivitas di tempat kerja Selanjutnya adalah hilir dimana pengiriman atau pendistribusian barang akan dilakukan. Pada bagian ini para pengelola rantai pasok setiap perusahaan berkoordinasi dengan berbagai departemen pemasaran. terkait dengan menerima pesanan Pasokan harian gudang dan inventaris dan mengembangkan sistem penagihan yang berasal dari pelanggan

Pasar sasaran menggambarkan bagaimana model rantai pasok diterapkan pada produk yang dipasarkan. Tujuan pasar sasaran dijelaskan, seperti siapa pelanggan dan apa yang mereka inginkan. Dan apa yang Anda inginkan dari produk tersebut? Target pasar di FSCN adalah segmentasi pasar. Kualitas terintegrasi dan optimasi rantai Tujuan pengembangan menggambarkan tujuan yang ingin dicapai dalam rantai pasokan yang akan dikembangkan oleh banyak pihak yang terlibat. Tujuan pengembangan rantai pasokan dirancang oleh operator rantai pasokan (Balqish 2020)

Struktur Rantai Pasok

Topologi jaringan adalah sistem yang menggambarkan operator yang terlibat dalam rantai pasokan. dalam struktur jaringan Setiap institusi terkait mendefinisikan aturan yang digunakan dalam proses rantai pasok yang mengontrol arus barang Dan siapa yang mengontrol arus informasi untuk proses distribusi Semuanya berada di bawah manajemen dan kendali sumber daya (Ahmad 2020).

Manajemen RantaiPasok

Manajemen rantai pasok adalah pengelolaan aliran material dan aliran informasi dan dana yang dilacak dari awal hingga akhir rantai bisnis untuk mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan setiap departemen dalam rantai pasok. Kegiatan yang termasuk dalam rantai tidak dapat berdiri sendiri. Karena ada hubungan satu sama lain, seperti suplai bahan. Mengubah bahan menjadi barang setengah jadi atau barang jadi Distribusi dan penyimpanan, jika diperlukan (Widodo, 2011).

Sumber Daya RantaiPasok

Setiap aktor dalam rantai pasokan memiliki sumber daya sendiri untuk mendukung upaya pengembangan rantai pasokan mereka. Sumber daya dalam rantai pasok yang diteliti meliputi sumber daya fisik, manusia, teknologi, dan modal (Balqish, 2020).

Proses Bisnis RantaiPasok

Proses bisnis dalam rantai pasok menggambarkan aktivitas bisnis yang terjadi dalam rantai pasok. untuk menemukan bahwa aliran seluruh rantai pasokan terkoordinasi satu sama lain (Balqish, 2020).

Kinerja Rantai Pasok

Apakah efisiensi rantai pasok berusaha menentukan kriteria dari pemenuhan produk olahan sampai ke konsumen. Untuk dapat menilai pengukuran dalam sistem rantai pasokan terkait apakah semua kegiatan bisnis efisien dan efektif dalam efisiensi rantai pasokan Berdasarkan Nurhanddayani (2018) dalam makalah penelitiannya. Penilaian kinerja diartikan sebagai proses evaluasi efektivitas dan efisiensi suatu tindakan. Ukuran kinerja dapat didefinisikan

sebagai metrik yang digunakan untuk mengukur efisiensi dan/atau efektivitas suatu tindakan. Evaluasi kinerja perusahaan terus berlanjut, berkembang, dan mencakup metode dan penilaian baik kuantitatif maupun kualitatif. Berbagai pengukuran kinerja itu sangat tergantung pada tujuan, strategi dan karakteristik organisasi atau unit bisnis.

Pengkajian rantai pasok membutuhkan penelusuran informasi dan investigasi yang menyeluruh. Metode analisis manajemen rantai pasok mengacu pada *Food Supply Chain Network* (FSCN). Metode pengembangan rantai pasok mendeskripsikan empat aspek, yakni struktur rantai pasok, proses bisnis rantai pasok, sumber daya rantai pasok, dan manajemen rantai pasok (Hasby, 2019).

Efisiensi Pemasaran

Pemasaran merupakan proses yang harus dilalui petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen. Seringkali dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang dengan banyak pelaku pemasaran yang terlibat. Akibatnya, balas jasa yang harus diambil oleh para pelaku pemasaran menjadi besar yang akhirnya akan mempengaruhi tingkat harga. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem pemasaran yang terjadi belum efisien (Mubyarto, 1989).

Suatu sistem pemasaran yang efisien harus mampu memenuhi dua persyaratan yaitu ; (1) mengumpulkan hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah – rendahnya; dan (2) mampu mendistribusikan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat mulai dari kegiatan produksi hingga pemasaran (Mubyarto, 1989).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiarsana (2016) dengan judul “Produktivitas dan Rantai Pasok Ternak Kambing dan Domba (KADO) Studi Kasus di Kabupaten Tegal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku rantai pasok ternak Kado di Kabupaten Tegal yaitu pedagang desa, Pedagang Belantik Pasar, pedagang belantik pengumpul, pedagang antar propinsi, pejalal dan pedagang sate. Rantai pasok dari berbagai jalur ternak kado di Kabupaten Tegal terlihat bahwa pelaku rantai pasok yang paling strategis yaitu pedagang pasar. Pelaku rantai pasok ini sangat menentukan kelancaran transaksi namun disatu sisi akibat kuatnya persatuan para anggota masing-masing berpeluang mengganggu sistem rantai pasok untuk menjadi tidak efisien. Hasil analisis biaya dan keuntungan menunjukkan bahwa semua palaku rantai pasok menerima keuntungan dan keuntungan terbesar diterima oleh pedagang sate.

Penelitian oleh Flauren (2016) yang berjudul “Analisis Rantai Pasokan Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem rantai pasok di kelurahan Rurukan sudah sangat baik dilihat dari segi informasi serta keuntungan yang didapat oleh petani. Produk yang dijual oleh petani berupa sayur kubis yang segar dan hubungan dari petani, pedagang pengepul, pengecer, konsumen terlihat sangat baik dilihat dari informasi serta keterlibatan oleh semua pihak dalam rantai pasok sayur kubis.

Daus (2020) telah melakukan penelitian terhadap kambing. Tetapi menggunakan metode yang berbeda adalah “Strategi Pengembangan Usaha Daging Kambing Abu Aqikah di Kabupaten Barona Jaya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal yang dapat mempengaruhi bisnis Abu Aqiqah

adalah kekuatannya yang terdiri dari karyawan yang berpengalaman. Pemasaran Ternak Mudah lokasi strategis harga berbeda Ketersediaan pakan yang cukup dan kelemahannya antara lain penyakit Kekurangan benih, kehilangan, metode produksi tradisional manajemen bisnis yang buruk Sementara itu Faktor eksternal yang mempengaruhi adalah peluang peningkatan permintaan. hubungan pelanggan yang baik hubungan baik dengan pemasok Sebagian besar masyarakat Aceh beragama Islam. kondisi lingkungan yang kondusif dan aman dan ancaman munculnya pesaing baru Perubahan iklim tanpa dukungan pemerintah Kurangnya tenaga penyuluh dan perkembangan teknologi Strategi bisnis Abu Aqiqah berdasarkan analisis SWOT berada pada Kuadran II yang artinya strategi yang dapat diterapkan adalah intensif dan terintegrasi. Dan ada lima strategi kunci untuk pengembangan bisnis Abu Aqiqah: menjaga kisaran harga yang luas untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen. Menambahkan pemasaran ternak sederhana sehingga bisa memanfaatkan mayoritas Muslim Aceh. Tambahkan sumber daya manusia yang berpengalaman di Persyaratan Internet / Pemahaman Teknologi Membangun kemitraan dengan pemasok lain. dan menambah modal usaha untuk mengembangkan teknologi

Penelitian sebelumnya tentang rantai pasok oleh Ahmad (2020) dengan topik penelitian. “Analisis Kinerja Rantai Pasokan PT SUJ Medan” Hasil penelitian ini mengukur efisiensi rantai pasok eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa peternak mampu mengirimkan ayam tepat waktu dan sesuai standar. Meskipun dapat lebih ditingkatkan untuk mendapatkan peringkat yang unggul. Sementara itu untuk indikator internal Petani dapat mencapai persediaan dan dengan mencapai tingkat unggul untuk siklus tunai-ke-tunai dan keuntungan

untuk komoditas sehari-hari. Sementara itu Kinerja PT SUJ menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk mengatur dan mengelola kinerja eksternal dan kinerja eksternal. dalam pekerjaan internal Perusahaan telah mengirimkan daging ayam yang memenuhi standar dari segi kualitas dan waktu untuk mencapai skor yang unggul. untuk kinerja internal Perusahaan mencapai tingkat superior untuk siklus cash-to-cash dan tingkat keunggulan untuk indikator inventaris harian.

Kerangka Pemikiran

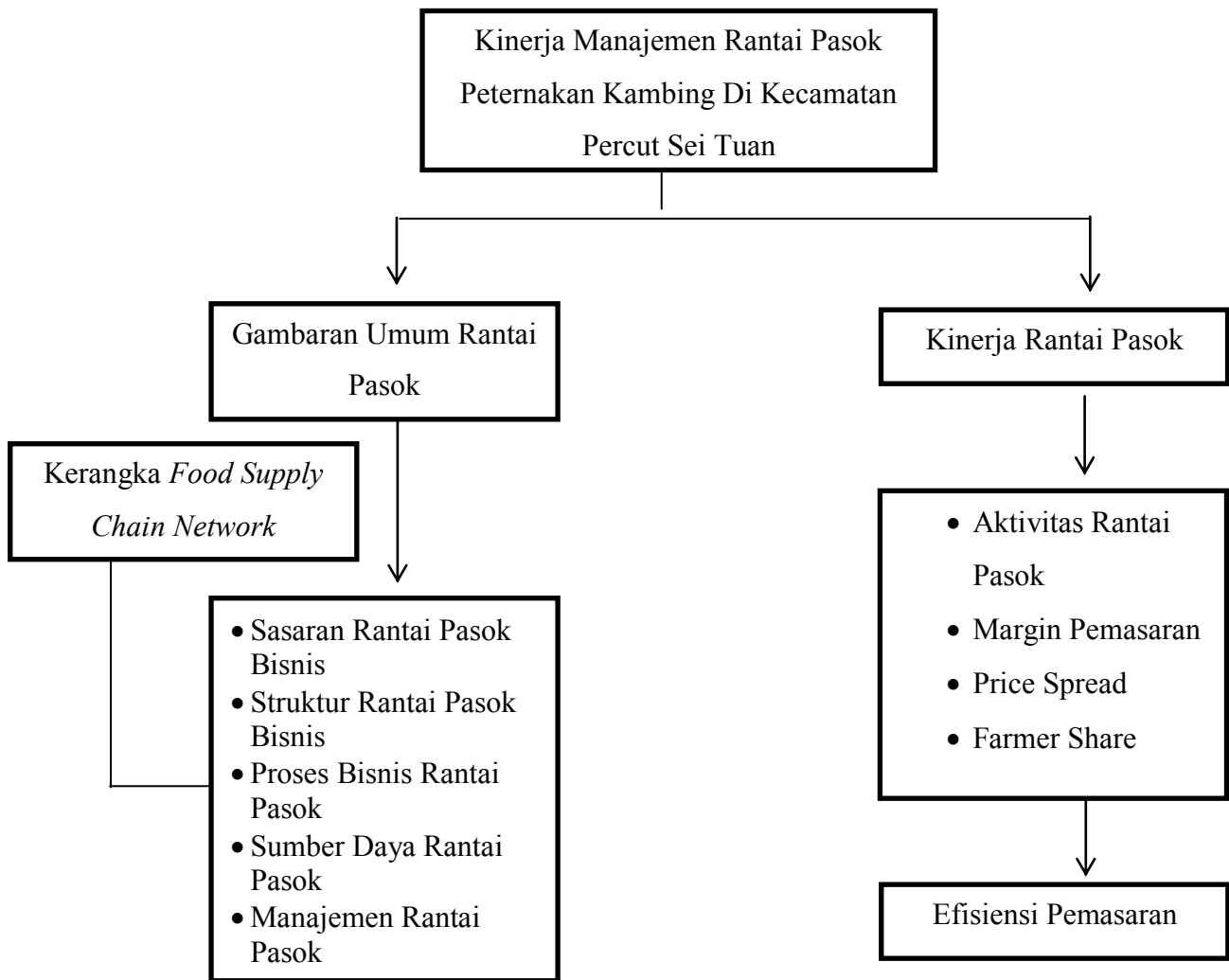
Peternakan kambing adalah budidaya atau pengembangan peternakan kambing untuk diperdagangkan sebagai tempat berlindung untuk memelihara dan mengembangbiakkannya hingga mencapai konsumen. Penjualan kambing di Percut Sei Tuan masih belum dikelola dengan baik. selain distribusi Efisiensi manajemen rantai pasokan atau manajemen rantai pasokan Kinerja peternak yang tidak dikelola dengan baik menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini. Pangsa pasar yang kecil merupakan masalah yang sering dihadapi petani. karena pengelolaan kambing Petani seringkali tidak menjual langsung ke distributor atau konsumen.

Rantai pasok peternakan kambing hanya melibatkan segelintir operator saluran pemasaran. Ini termasuk peternak, agen, distributor. Oleh karena itu, pedagang kecil membutuhkan sistem rantai pasok yang baik. Sehingga peternak mendapatkan keuntungan lebih dan aliran distribusi yang efisien dan efektif. Beberapa perusahaan atau pengecer terkait harus bekerja sama untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Peran perusahaan ini adalah untuk memiliki lebih banyak mitra penjualan untuk memaksimalkan pendapatan.

Dalam deskripsi umum rantai pasokan Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara langsung. Sedangkan informasi sekunder diperoleh dengan perantara atau secara tidak langsung berupa buku-buku, catatan-catatan, bukti-bukti yang ada. Makalah atau arsip penelitian yang diterbitkan atau tidak diterbitkan Analisis data yang digunakan untuk mengetahui efisiensi manajemen rantai pasok peternakan kambing dilakukan dengan menggunakan pendekatan FSCN (Food Supply Chain Network). pemetaan aliran produk Pemetaan aliran data dan pemetaan aliran keuangan, disajikan secara rinci menurut Vorst (2006) Dalam analisis FSCN, lima analisis deskriptif dilakukan: tujuan rantai pasokan bisnis; struktur rantai pasokan bisnis proses bisnis rantai pasokan sumber daya rantai pasokan dan manajemen rantai pasokan

Permasalahan dalam aktivitas rantai pasok fisik terus muncul di lapangan. dan akan mempengaruhi operasi manajemen peternakan kambing Pelaksanaan kegiatan efisiensi supply chain management bertujuan untuk menciptakan kerjasama dan meningkatkan pendapatan peternak kambing. dengan sistem rantai pasokan yang baik Hal ini akan meningkatkan citra kepercayaan dan daya saing petani di kawasan Percut Sei Tuan.

dalam metode manajemen rantai pasokan Jika manajemen tidak ditangani dengan benar akan mengakibatkan biaya transportasi Biaya penyimpanan dan biaya tenaga kerja tinggi. Semakin sedikit biaya Semakin banyak keuntungan yang akan didapat. Lokasi riset dianggap sebagai pasar kambing yang tinggi. Ada sekitar ± 3 dari 11 desa di kabupaten ini yang merupakan tempat berkembang biak kambing terbesar.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Operasional

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Metode ini dilakukan dengan wawancara terstruktur langsung. Kuesioner/daftar pertanyaan digunakan sebagai alat wawancara untuk memperoleh hasil penelitian/survei. Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Dimana data primer adalah informasi yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder adalah informasi yang diambil dari departemen yang berbeda terkait dengan tujuan penelitian. Data sekunder digunakan untuk mengetahui bagaimana kondisi geografis dan populasi lokasi penelitian.

Metode Penentuan Lokasi

Ruang lingkup penelitian sengaja ditentukan dengan pertimbangan untuk memberikan gambaran yang sesuai dengan tujuan penelitian. Percut Sei Tuan merupakan daerah dengan tingkat rantai pasok yang berkesinambungan sejak peternakan kambing menjadi bisnis lokal. Peneliti memilih wilayah Percut Sei Tuan, seperti yang dijelaskan pada pendahuluan, untuk meninjau dan mendapatkan kinerja manajemen rantai pasok kambing di wilayah ini. Semoga penelitian ini akan mempengaruhi keseluruhan rantai pasok di Percut Sei Tuan.

Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti juga akan mengambil beberapa sampel terkait dengan rangkaian penelitian tersebut. Penentuan responden yang dipilih dari penelitian ini dilakukan secara *snowball sampling*. Definisi *snowball sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil,

kemudian sampel ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel tersebut menjadi banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding makin lama makin besar. Jadi, metode ini adalah bagian dari *non probability sampling*. Peneliti melakukan metode ini agar mendapatkan data yang sesuai dan memuaskan. Karena dengan teknik metode ini, peneliti bisa mengumpulkan informasi tidak hanya dari satu sumber saja.

Metode Penentuan Data

Jenis data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Data awal diperoleh melalui observasi langsung di lapangan studi atau objek penelitian melalui wawancara dengan responden survei yaitu peternak dan pedagang kambing, dengan menggunakan kuesioner (pertanyaan) yang telah disiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari instansi yang terkait dalam tujuan penelitian.

Metode Analisis Data

Dalam analisis masalah pertama Peneliti melakukan penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data awal yang diperoleh dari wawancara langsung. Sedangkan pengambilan sekunder dilakukan melalui perantara seperti peternak dan dapat mengambil informasi secara tidak langsung melalui buku, catatan, dokumen penting yang diterbitkan menjadi media penelitian dalam memperoleh informasi yang relevan. Efektivitas manajemen rantai pasok peternakan kambing dilakukan dengan menggunakan pendekatan FSCN (Food Supply Chain Network) untuk menentukan sasaran rantai pasok, struktur rantai pasok, manajemen rantai pasok, sumber daya rantai pasok, proses bisnis rantai pasok, dan kinerja rantai pasok. Hal ini disajikan secara rinci menurut Vorst (2006).

Dalam analisis masalah kedua Hal ini digunakan dengan mempertimbangkan efisiensi rantai pasokan dan mempertimbangkan efisiensi pasar dari aliran distribusi peternakan kambing. Yang perlu Anda ketahui adalah kegiatan rantai pasokan margin pemasaran, *price spread*, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran.

Margin Pemasaran

Margin keuntungan pasar adalah selisih antara harga yang diterima petani dan harga yang dibayar konsumen. Dalam analisis diferensial pasar dalam penelitian ini, Data harga yang digunakan adalah harga tingkat petani dan harga tingkat instansi. Oleh karena itu, rumus untuk menghitung margin pasar digunakan:

$Mmp = Pr - Pf \rightarrow$ rumus margin pemasaran di tingkat petani

$Mmlp = Ps - PH \rightarrow$ rumus margin pemasaran pada setiap tingkat kelembagaan pemasaran dimana:

$Mmp =$ margin pemasaran di tingkat petani

$Mmpl =$ margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

$Pr =$ harga di tingkat kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran petani

$Pf =$ harga di tingkat petani

$Ps =$ harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

$Pb =$ harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Karena margin pemasaran memiliki dua komponen, komponen biaya dan komponen keuntungan dari agen pemasaran, efisiensi pemasaran dari setiap komponen pemasaran dihitung menurut rumus.

Margin pemasaran :

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_{ji} = b_{ti} - \mu_i$$

$$\mu_i = m_{ji} - b_{ti}$$

Sehingga margin pemasaran total adalah :

$$M_j = \sum m_{ji}$$

Dimana :

M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran/pasar ke -i

P_{si} = Biaya penjualan pada lembaga pemasaran/pasar ke -i

P_{bi} = Harga pembelian lembaga pemasaran/pasar ke -i

b_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran/pasar ke -i

μ_i = Keuntungan lembaga pemasaran/pasar ke-i

M_j = Margin pemasaran total

Konsep satuan pengukuran dalam analisis ini adalah sebagai berikut: 1. Margin pasar dihitung sebagai selisih antara harga beli dan harga jual dalam Rupiah per kambing 2. Tingkat harga beli dihitung dari harga beli rata-rata per kambing 3. Tingkat harga jual dihitung dari harga jual rata-rata per kambing. Pemasaran yang efisien berarti bahwa margin pemasaran yang dikeluarkan sama dengan penggunaan yang dihasilkan. Artinya marginnya sama. Persentase keuntungan per biaya pemasaran yang digunakan setiap agen pemasaran untuk menentukan selisih margin. Perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

Rasio Biaya Keuntungan=

$$\frac{\pi_i}{C_i} \times 100\%$$

Dimana :

π_i : keuntungan yang diterima oleh lembaga ke-i

C_i : biaya yang dikeluarkan oleh lembaga ke-i

Farmer Share

Farmer share bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase.

Farmer share untuk kambing dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$S_m = P_f \times 100 \% P_r$$

Dimana:

S_m = *Share* margin dihitung dalam persen (%)

P_f = harga di tingkat peternak/ produsen (Rp)

P_r = Harga Beli ditingkat pedagang perantara/ pengecer (Rp)

(Gultom, 1996 dalam Putra Bisuk 2009).

Share biaya pemasaran dan *share* keuntungan dapat pula digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran dengan formulasi sebagai berikut:

$$SK_i = (K_i) / (P_r - P_f) \times 100 \%$$

$$S_{bi} = (B_i) / (P_r - P_f) \times 100 \%$$

keterangan:

S_{ki} = *share* keuntungan lembaga pemasaran ke i;

S_{bi} = *share* biaya pemasaran ke i.

Dengan kriteria sebagai berikut: Jika rasio bagi hasil masing-masing agen pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran didistribusikan secara merata. Sistem pemasarannya efektif. Jika perbandingan bagi hasil dan biaya pemasaran masing-masing agen pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran adalah sama dan wajar, Sistem pemasarannya efektif.

Untuk menghitung efisiensi pasar peternakan kambing sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\%$$

Maka jika nilai efisien pemasaran < 50% artinya pemasaran efisien, namun jika nilai efisien > 50% artinya pemasaran tidak efisien, dan jika nilai efisien pemasaran = 50% maka pemasaran tersebut efisien (Soekartawi, 2002).

Untuk *Price spread* diperoleh dengan mengelompokkan biaya-biaya tata niaga yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dari setiap saluran pemasaran yang ada.

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi Operasional

1. Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.
2. Rantai pasok adalah proses yang terintegrasi dari keseluruhan kegiatan pergerakan produk atau jasa dari pemasok ke pelanggan yang meliputi informasi, dana, serta sumberdaya lainnya yang saling terkait.
3. Kerangka *FSCN* adalah rangka kerja rantai pasok yang dikembangkan oleh Vorst. Analisis ini merupakan analisis yang biasanya digunakan untuk menganalisis suatu rantai pasok pada produk pertanian.
4. Margin pemasaran adalah selisih antara yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen.
5. *Farmer share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir.

6. Efisiensi pemasaran adalah peningkatan rasio output/input yang umumnya didapat dicapai dengan salah satu dari empat: 1. output tetap konstan, sedangkan input turun 2. output naik, sedangkan input tetap konstan 3. output naik dalam tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan input, dan 4. output turun dalam tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat penurunan input.

Batasan Operasional

1. Daerah penelitian adalah di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang.
2. Sampel penelitian adalah peternak kambing dan distributor dari penerima ternak .
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2021.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting dalam melakukan penelitian. Daerah penelitian dipertimbangkan berdasarkan kondisi dan permasalahan daerah tersebut. dari yang disebutkan diatas Penelitian dilakukan di Percut Sei Tuan yang merupakan wilayah dengan ketinggian 20 meter di atas permukaan laut.

Percut Sei Tuan didirikan pada abad ke-19 pada masa penjajahan Belanda. Wilayah ini terdiri dari dua kerajaan yang lebih kecil, Kerajaan Percut dan Kerajaan Setuan, yang merupakan protektorat Kesultanan Deli hingga awal deklarasi penyatuan kembali Republik Indonesia. Tuandijuluki sebagai pusat administrasi dan pusat penanaman tembakau terbesar di Deli. *Dollar Land*.

Di masa Pemerintahan Republik Indonesia Kerajaan Percut dan Kerajaan Sei Tuan dirubah menjadi Asisten Wedana dan digabungkan menjadi satu wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan yang saat ini dikepalai oleh seorang8 Camat yang bernama Ismail S.STP.,M.SP. hingga sekarang memimpin Kecamatan dan menjadi penerus sejarah di Kecamatan khususnya di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Letak Geografis Dan Luas Wilayah

Secara geografis Percut Sei Tuan terletak di wilayah Kabupaten Deli Serdang dan Kecamatan Percut Sei Tuan, berbatasan dengan Kecamatan Medan dan berbatasan dengan Kecamatan Labuhan Deli dan Kabupaten Batang Kuis.

Tabel 2. Luas Wilayah dan Jarak Wilayah Ke Kecamatan Percut Sei Tuan 2021

No.	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Jarak Ke Kecamatan (Km ²)
1.	Bandar Klippa	18.48	0.50
2.	Sei Rotan	5.16	3.00
3.	Laut Dendang	1.70	6.00
4.	Amplas	3.10	5.00
5.	Sampali	2.93	7.00
6.	Cinta Damai	11.76	20.00
7.	Pematang Lalang	20.10	22.00
8.	Kolam	3.98	5.00
9.	Bandar Khalipah	7.25	1.50
10.	Tembung	6.35	0.30
11.	Medan Estate	6.90	3.00
12.	Saentis	24.00	10.00
13.	Cinta Rakyat	1.48	12.00
14.	Tanjung Selamat	16.33	14.00
15.	Percut	10.63	14.00
16.	Sambirejo Timur	4.16	2.50
17.	Tanjung Rejo	19.00	15.00
18.	Bandar Setia	3.50	3.00
19.	Kenangan	1.27	6.00
20.	Kenangan Baru	0.72	7.00
Jumlah		170.79	-

Sumber: Kecamatan Percut Sei Tuan Dalam Angka Tahun 2020

Prasarana Umum

Infrastruktur adalah perlengkapan yang disediakan oleh pemerintah yang digunakan untuk kepentingan bersama dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Kemudian akan mendapatkan informasi mengenai jumlah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Kecamatan Percut Sei Tuan.

Kependudukan

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
Laki-laki	228.443
Perempuan	225.759
Jumlah	454.202

Sumber: Kecamatan Percut Sei Tuan Dalam Angka Tahun 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa Jumlah penduduk Kecamatan Percut Sei Tuan sampai tahun 2021 adalah 454.202 jiwa terdiri dari 228.443 Laki-laki dan 225.759 Perempuan.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden didasarkan pada topik penelitian. dalam studi ini Jumlah peternak 19 orang dan agen 11 orang. Karakteristik sampel berkaitan dengan umur, jenis kelamin dan pengalaman.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden riset petani menurut umur dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 (empat) kategori yaitu umur antara 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan di atas 51 tahun, dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20	3	15.8
2.	30	6	31.6
3.	40	8	42.1
4.	50	2	10.5
	Total	19	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 4. Dari 19 petani sampel dalam penelitian, 3 (15,8%) berusia 20-30 tahun, 6 (31,6%) berusia 31-40 tahun, 8 (42,1%) berusia 41-50

tahun, dan 2 Orang (10.5 %) berusia di atas 510 tahun, sehingga mayoritas sampel berusia 41-50 tahun, yaitu 8 (42,1%).

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini Mereka dikelompokkan menjadi 4 (empat) kategori: 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan di atas 51 tahun, dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20	1	9.1
2.	30	4	36.4
3.	40	4	36.4
4.	50	1	9.1
Total		11	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 5 menyajikan 11 sampel yang representatif dalam penelitian: 1 subjek (9,1%), usia 20-30 tahun, 4 (36,4%), 31-40 tahun, 4 (36,4%), 41-50, dan 1 Orang (9,1 %) berusia di atas 51 tahun, sehingga mayoritas responden berusia antara 31-40 tahun dan 41-50 tahun, yaitu 4 orang (36,4%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden peternak berdasarkan jenis kelamin. Dapat dilihat melalui tabel frekuensi berikut:

Tabel 6. Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	14	73.7
2.	Perempuan	5	26.3
Total		19	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 6 menunjukkan 19 sampel indukan dalam penelitian, 14 (73,7%) jantan, 5 (26,3%) betina, sehingga sebagian besar sampel sebanyak 14 (73,7%) jantan.

Karakteristik responden survei menurut jenis kelamin Hal ini dapat dilihat pada tabel frekuensi berikut.

Tabel 7. Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	11	100.0
Total		11	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 7. memperlihatkan bahwa 11 dari 11 sampel Agen dalam penelitian berjenis kelamin Laki-laki.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman

Pengalaman responden peternak dapat dikelompokkan menjadi 3 (Tiga) tingkatan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Karakteristik Responden Peternak Berdasarkan Pengalaman

No.	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	10	3	15.8
2.	25	9	47.4
3.	30	7	36.8
Total		19	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 8 menunjukkan 19 sampel penelitian antara 1-10 tahun yang berjumlah 3 orang (15.8%), antara 11-25 tahun berjumlah 9 orang (47,4%), dan 26-30 tahun berjumlah 7 orang (36,8%) pengalaman memelihara sapi. pemeliharaan Kambing tersebut berumur di atas 26 tahun, sehingga sebagian besar sampel berjumlah 9 (47,4%) dengan pengalaman beternak 11-25 tahun.

Pengalaman responden dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) tingkatan dengan tabel sebagai berikut.:

Tabel 9. Karakteristik Responden Agen Berdasarkan Pengalaman

No.	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	10	2	18.2
2.	25	6	54.5
3.	30	3	27.3
Total		11	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2021

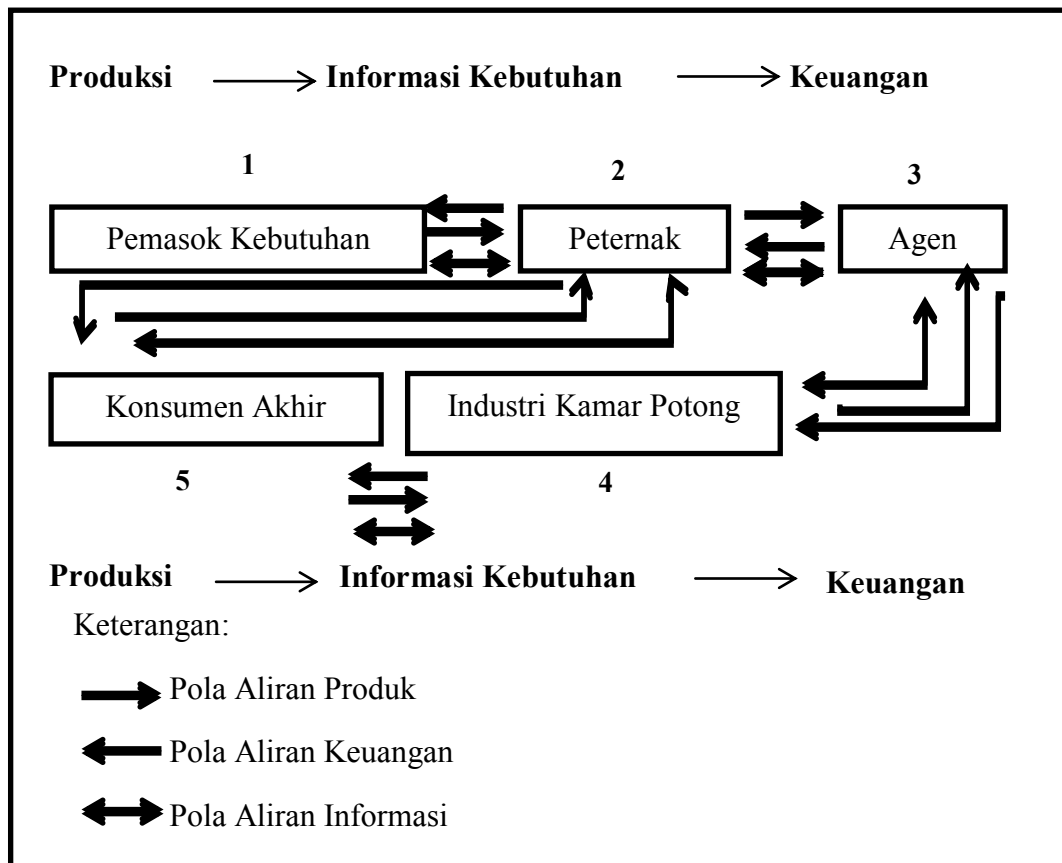
Tabel 9 menunjukkan 11 sampel penelitian, 2 subjek (18,2%) memiliki pengalaman beternak kambing 1-10 tahun, 6 (54,5,5%) pengalaman memelihara kambing 11-25 tahun, dan 3 (27,3%) pengalaman beternak. pemeliharaan Kambing tersebut berumur di atas 26 tahun, sehingga mayoritas yang dihasilkan sebanyak 6 ekor (54,5.5%) dengan pengalaman penggembalaan 11-25 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aliran Rantai Pasok Peternakan Kecamatan Percut Sei Tuan

Menurut hasil penelitian di Kecamatan Percut Sei Tuan, kecamatan ini memiliki 2 jaringan: 1. Pemasok Ternak –Peternak–Konsumen Akhir 2. Pemasok Ternak - Peternak - Agen – Industri Kamar Potong - Konsumen Akhir. Dapat disimpulkan bahwa kabupaten ini terdiri dari 2 jaringan dan telah mengalami proses rantai pasok dari hulu ke hilir.

Di aliran jaringan pertama Peternak membeli kambing/Kg ke pemasok tersebut seharga Rp. 24.375. Peternak kemudian membayar biaya budidaya ternak yang sudah termasuk biaya obat-obatan, makanan dan transportasi untuk memelihara ternak tersebut sebesar Rp. 27.288, kemudian langsung dijual ke konsumen akhir dengan harga/Kg Rp. 84.400. Untuk aliran jaringan kedua bedanya, harga jual kambing/Kg dari peternak ke agen sebesar Rp. 74.500 Kemudian agen harus membayar Rp 2.500 untuk transportasi transportasi. Setelah itu, industri kamar potong mengeluarkan biaya untuk biaya transportasi dengan harga/Kg kambingnya sebesar Rp. 2.500/kg. Kemudian industri kamar potong akan menjual ke konsumen akhir dengan harga kambing/Kg sebesar Rp 105.000.



Gambar 5. Aliran Rantai Pasok Kecamatan Percut Sei Tuan

Food Supply Chain Network

Sasaran Rantai Pasok

Tujuan dari rantai pasok adalah untuk menyusun pengadaan barang untuk memenuhi kebutuhan berbagai bidang. dalam rantai pasokan ke konsumen akhir Aspek ini untuk memenuhi kebutuhan peternak kambing di kabupaten Percut Sei Tuan. Tujuan dari aspek ini adalah untuk menilai seberapa baik sistem diimplementasikan atau perlu dievaluasi kembali. Tujuan rantai pasokan ini dibagi menjadi tiga bagian: (*Upstream*), sasaran pengelolaan (*Internal*), sasaran pasar (*Downstream*).

Sasaran Pengadaan (*Upstream*)

Dalam hal ini, sumber pengadaan bibit kambing yang ada di kecamatan Percut Sei Tuan berasal dari perputaran ternak kambing yang mereka ternakkan. Mereka akan menernakkan kambing hingga siap jual. Jika mereka membeli bibit kambing dari pemasok bibit kambing, maka mereka akan membeli kambing dengan umur kambing 6 sampai 7 bulan, setelah itu mereka akan membudidayakan kambing mereka hingga siap jual.

Sasaran Pengelolaan (*Internal*)

Manajemen adalah suatu sistem pengembangan produksi pasca panen yang dilakukan oleh semua aspek yang terlibat dalam rantai pasok. Sistem ini menangani semua proses pasca panen hingga dikemas dengan benar dan ke rantai distribusi yang diinginkan. Semua peran yang terlibat dalam hal ini harus memiliki tujuan untuk mengembangkan dan memelihara kerjasama dari petani hingga konsumen.

Manajemen tujuan adalah tujuan utama dari setiap sistem yang digunakan dalam rantai pasokan. Semua sistem koordinasi dan kolaborasi yang ada harus terintegrasi dengan baik. Sehingga para pelaku tidak hanya berkembang dan mengeksploitasi satu pihak saja. Tetapi setiap orang harus bekerja sama untuk maju dari rantai pasokan. Sehingga proses pengembangan tidak hanya bermanfaat bagi pelaku tunggal dalam rantai pasok untuk menciptakan nilai tambah dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam rantai pasok.

Ciri-ciri kambing yang cocok untuk dijual adalah: kambing gesit, besar, berat 22 kg, umur 1,5 tahun, tetapi tidak gemuk, sehat, mata cerah, bersih, cakar

kambing bebas cacing dan bertanduk sepasang. bebas dari kotoran, untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kambing

Pengelolaan dari peternak di kecamatan Percut Sei Tuan ini terbilang masih belum merata. Kecamatan ini memiliki kinerja yang belum terorganisir dengan baik. Kecamatan ini berharap dengan pengembangan kualitas seperti melihat dari ciri kambing sehat yang layak untuk dijual dan kuantitas dari peternak, mereka bisa mendapatkan keuntungan yang lebih. Pengembangan infrastruktur juga menjadi harapan untuk menunjang kinerja dari kecamatan Percut Sei Tuan.

Sasaran Pasar (*Downstream*)

Didalam sasaran ini, para peternak kecamatan Percut Sei Tuan ini menjual dalam bentuk utuh. Untuk penjualan, mereka masih menjual di pasar domestik saja, seperti Medan, Deli Serdang, Serdang Bedagai, dan Aceh. Untuk bentuk pengiriman dan pemesanan, mereka menggunakan via telepon. Untuk konsumen kambing ini, penjualan terbagi melalui pembelian langsung oleh konsumen dan ada juga yang melalui agen. Sementara, jika peternak yang menjual ke agen, agen akan mendistribusikan kedalam bentuk kambing utuh, menjual ke pasar, dan menjual ke kamar potong.

Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok adalah cara menganalisa aspek didalam *supply chain* untuk melihat dan mengevaluasi arah aliran *supply chain* tersebut. Tujuan dari struktur rantai pasok ini adalah melihat bagaimana kinerja dan melihat siapa saja yang terlibat didalam anggota *supply chain* dalam memenuhi kebutuhan barang, *packaging*, hingga sampai ke konsumen akhir.

Struktur rantai pasok ini akan menjelaskan bagaimana aliran distribusi rantai pasok serta mengatur peranannya masing masing untuk memenuhi keberhasilan suatu rantai pasoknya. Setelah itu, tujuan dari mengatur peranan rantai pasok ini adalah untuk mendukung proses bisnis didalam suatu kelompok *supply chain*. Jadi, diperlukan kolaborasi dan efektivitas dalam menjalankan setiap peranannya tersebut.

Anggota *Supply Chain*

Anggota *supply chain* adalah suatu peranan atau yang bertugas menjalankan sistem dari *supply chain*. Semua peranan ini akan bertugas untuk memenuhi kinerja yang maksimal sesuai dengan peranannya masing-masing.

Peternak Kambing Kecamatan Percut Sei Tuan

Kecamatan Percut Sei Tuan adalah kecamatan yang terletak di kabupaten Deli Serdang, dimana kecamatan tersebut terdiri dari 18 desa. Dari 18 desa tersebut, ternak kambing menjadi salah satu peternakan yang digemari oleh masyarakat kecamatan tersebut. Dari 18 desa yang ada di kecamatan Percut Sei Tuan, peneliti memilih peternak terbanyak yang ada dikecamatan tersebut. Setelah itu, peneliti mengambil 19 peternak yang tersebar diberbagai desa di kecamatan Percut Sei Tuan. Dari 19 peternak tersebut, 12 orang menjadikan ternak kambing sebagai usaha sampingan mereka dan 7 orang menjadikan ternak kambing sebagai usaha utama mereka.

Kecamatan Percut Sei Tuan rata-rata memiliki luas lahan ternak sebesar 766.632 m². Adapun untuk rata-rata kambing yang ada disetiap peternak sebanyak 30 kambing. Jenis kambing yang mereka produksi adalah jenis kambing biri-biri, kambing etawa, dan kambing ersip dengan rata-rata bobot kambing sebesar 22 kg.

Aliran proses pemesanan dari peternak di kecamatan Percut Sei Tuan ini dimulai dari konsumen ataupun dari agen. Jika pemesanan dari konsumen, proses pemesanan dengan cara via telepon atau konsumen langsung datang ke tempat peternak untuk memilih kambing yang ingin mereka beli. Selanjutnya, peternak akan melakukan proses menandai pesanan untuk diantarkan ke konsumen. Jika pemesanan melalui agen, peternak yang akan menghubungi agen tersebut untuk menawarkan hasil ternakan kambing mereka. Selanjutnya, agen akan mengangkutnya dengan menggunakan sepeda motor yang sudah ada keranjang pengangkutnya dan jika pengambilan dalam skala besar, agen akan mengangkut menggunakan mobil *pick up*. Untuk harga pembelian dari peternak langsung, peternak akan menjual ke konsumen sebesar Rp. 1.688.000 /ekor kambing dengan ukuran 1.5 tahun atau bobotnya sebesar 22kg. Tetapi, jika kambing dibeli dengan harga /kg, maka harga yang ditawarkan sebesar Rp. 84.400.

Agen Kecamatan Percut Sei Tuan

Agen di kecamatan Percut Sei Tuan ini adalah agen yang membeli kambing dari peternak untuk didistribusikan lagi sesuai dengan arah penjualan agen tersebut. Setelah melakukan aktivitas jual beli dari peternak, agen akan menjual kambing yang berumur 1.5 tahun dengan harga Rp. 1.700.000 sampai dengan Rp. 1.800.000 per ekor kambingnya. Setelah itu, agen akan menjual ke konsumen langsung.

Semua anggota rantai produsen ini sudah menetapkan harga yang sudah ditetapkan oleh peternak dan agen di kecamatan Percut Sei Tuan. Untuk perubahan harga jual akan dijelaskan dalam tabel berikut.

Tabel 10. Harga Penjualan Kambing Di Setiap Tingkatan

	Peternak Kambing	Agen
Kambing Umur 1.5	Rp. 1.490.000	Rp. 1.700.000 –
Tahun		Rp. 1.800.000

Sumber. Data Primer Diolah 2021

Kambing yang dijual dari peternak ke agen di kecamatan Percut Sei Tuan yang sudah mendapat kesepakatan harga dijual dengan ukuran kambing 1.5 tahun /ekornya dijual dengan harga Rp. 1.700.000 sampai dengan Rp. 1.800.000 /ekor kambing. Setelah itu, untuk aktivitas yang dilakukan oleh pelaku *supply chain* akan dijelaskan dalam tabel berikut ini.

Tabel 11. Aktivitas Pelaku Pemasaran

Fungsi Supply chain	Peternak Percut Sei Tuan	Agen Percut Sei Tuan
Fungsi Pertukaran		
Penjualan	√	√
Pembelian	√	√
Fungsi Fisik		
Budidaya	√	
Pengepulan	√	√
Pengangkutan	√	√
Fungsi Fasilitas		
Standarisasi/grading	√	√
Pembiayaan	√	√
Penanggungungan resiko	√	√
Informasi harga	√	√

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Dari tabel 13 dapat ditarik kesimpulan bahwa peternak lebih berperan penting dalam penjualan kambing dibandingkan agen. Karena, agen hanya menjual dalam bentuk hilirisasi produk jika ada pemesanan penjualan dari

peternak, sementara peternak akan membudidayakan dari awal produksi hingga ke tahap penjualan produk tersebut.

Industri Kamar Potong

Untuk di kecamatan Percut Sei Tuan ini, mereka menyediakan salah satu tempat produk akhir dari kambing itu sendiri, ialah industri kamar potong. Kamar potong ini adalah tempat dimana mereka menjual dari produk kambing yang utuh lalu akan disalurkan ke kamar potong agar ter-*package* dengan baik. Untuk *packaging* sendiri, mereka akan mengemas ke dalam plastik yang sudah diberi nama produk olahan dan tempat pabrik mereka. *Packaging* dari produk olahan ini berisi daging kambing seberat 1 kg per kemasannya.

Didalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan wawancara ke agen, setelah itu agen sendiri akan menyebarkan kambing tersebut seperti ke kamar potong ataupun langsung ke konsumen akhir. Harga dari kambing yang sudah dikemas menjadi olahan daging tersebut sebesar Rp. 105.000/kg

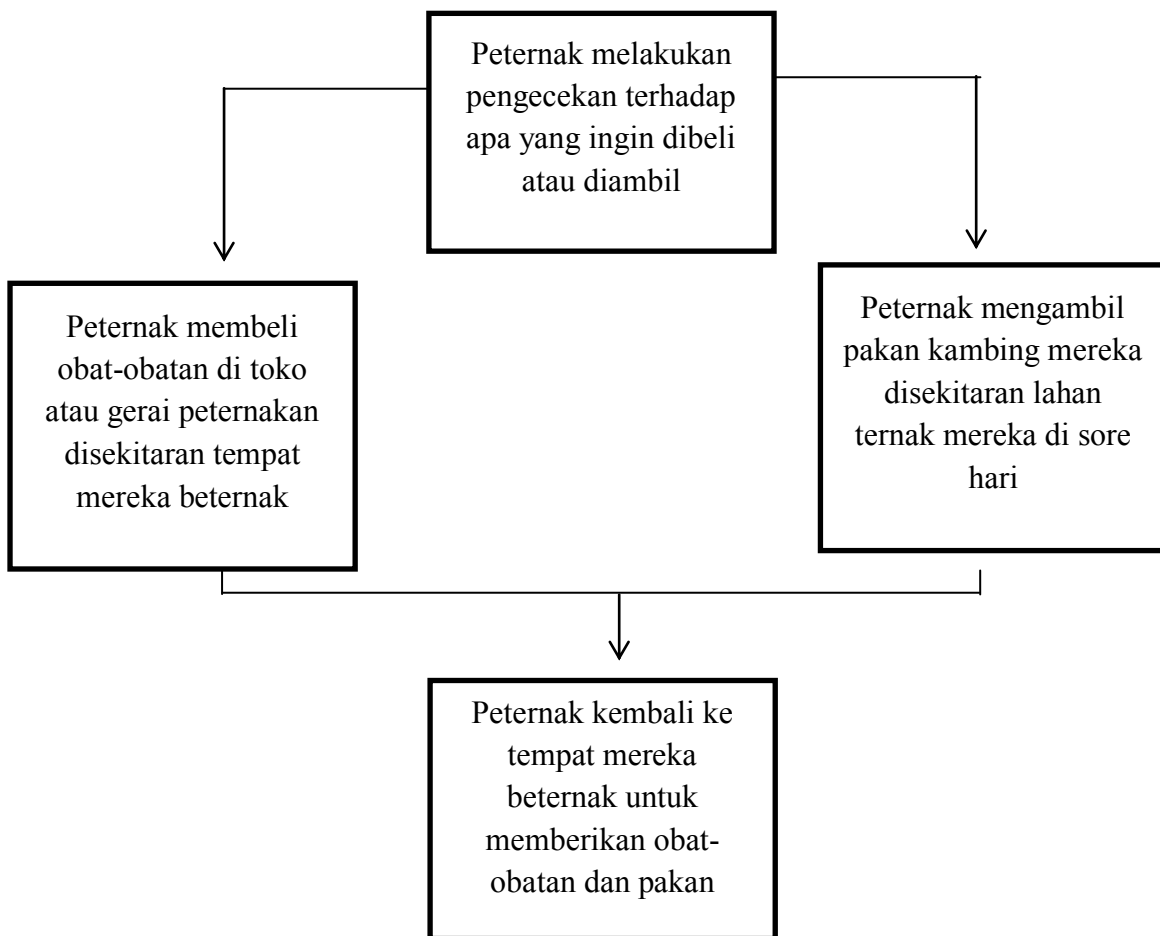
Pemasok Kebutuhan Ternak

Pemasok disini adalah suatu toko atau gerai yang menyediakan obat-obatan selama membudidayakan ternak kambing. Untuk kebutuhan ternak kambing disini, mereka tidak selalu menggunakan obat-obatan. Untuk pemberian suplemen atau vitamin untuk kebutuhan kambing, biasanya mereka akan memberikan 1 bulan sekali. Mereka membeli berbagai kebutuhan obat-obatan disekitaran toko-toko peternakan yang ada disekitaran rumah tempat mereka beternak.

Biasanya, peneliti melihat beberapa gejala yang dialami kambing selama peternak membudidayakan kambingnya. Biasanya sakit itu berupa demam,

cacingan, atau diare. Mereka biasanya cukup memberikan minyak angin atau balsem sebagai obat untuk mengatasinya, atau jika sakitnya berkepanjangan mereka akan membeli ke toko peternakan disekitaran rumah mereka.

Hal terpenting dari peternakan kambing adalah menjaga pakannya. Untuk pemberian pakan, peternak akan mengambil rumput-rumputan, dan sisa hasil daun ubi panen dari lahan-lahan setempat di sore hari secara gratis. Dan untuk minumannya, beberapa peternak ada yang menggunakan campuran garam dan air untuk diberikan ke kambing mereka. Tetapi, ada juga sebagian dari mereka yang tidak memberikan metode minum seperti ini. Prosedur kebutuhan obat-obatan dan pakan dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

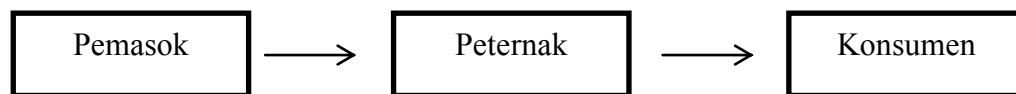


Gambar 6. Prosedur Pengadaan Kebutuhan Obat-Obatan Dan Pakan

Setiap proses pengadaan kebutuhan ternak kambing yaitu melakukan pengecekan terhadap berapa banyak pakan dan obat-obatan yang dibutuhkan. Selanjutnya, peternak akan melakukan pembelian sesuai dengan hasil catatan yang telah mereka buat atau mengambil pakan di sekitaran lahan mereka. Setelah itu, kembali untuk memberikan untuk ternakan kambing mereka.

Pola Aliran Dalam *Supply Chain*

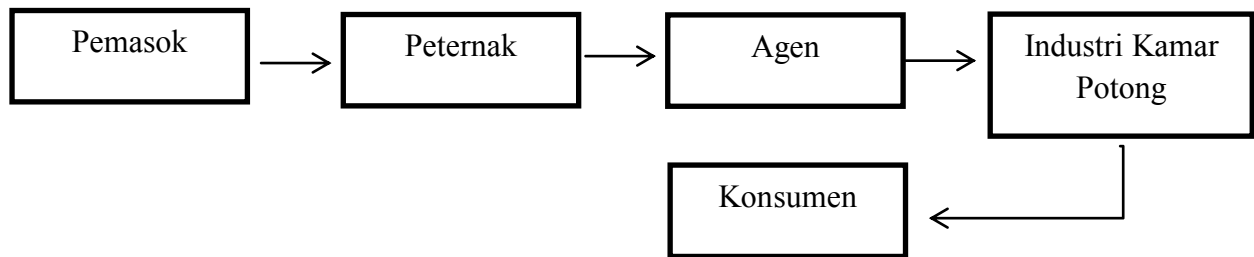
Pola aliran dalam *supply chain* di kecamatan Percut Sei Tuan ini terbagi atas 2 bagian. Ada peternak yang menjual hasil ternakan kambing mereka dengan ke konsumen langsung dan peternak yang menjual ke agen lalu agen akan menjual ke konsumen akhir ataupun industri kamar potong. Pola aliran dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 7. Pola Aliran Melalui Konsumen Langsung

Dalam pola aliran ini, peternak mengambil obat-obatan di toko atau gerai terdekat. Selanjutnya, peternak membudidayakan kambingnya agar kambing siap jual. Untuk ukuran kambing sendiri, kambing bisa siap jual setelah umur 1.5 tahun yang berbobot 22 kg. Setelah kambing siap jual, konsumen akan datang untuk membeli kambing tersebut atau bisa melalui via telepon dan kambing akan ditandai. Alasan peternak langsung menjual langsung ke konsumen, agar mendapatkan *profit* yang lebih, tetapi dalam penjualannya terbilang cukup lama di waktu. Karena, untuk pembeliannya peternak harus menunggu pesanan datang, seperti untuk pesta-pesta, Aqiqah dan hari raya Idul Adha. Untuk harganya sendiri,

peternak mematok harga Rp. 1.688.000 /ekor kambingnya dengan bobot sekitar 22 kg.



Gambar 8. Pola Aliran Melalui Agen

Di aliran ini, sebenarnya untuk pemasok ke peternak sama dengan pola aliran yang sebelumnya, yang membedakan disini adalah peternak dalam mendistribusikan hasil ternakan kambingnya menggunakan jasa agen. Agen disini bertugas untuk membeli dan menjual lagi hasil dari pembelian dari peternak. Keuntungannya adalah dapat memangkas waktu dan penjualan sehingga putaran kambing dapat terjual dengan cepat. Untuk pasar penjualan kambing disini, mereka akan menjual lagi dalam bentuk utuh, atau menjual ke pasar dan menjual ke kamar potong. Untuk kamar potong ialah, kambing sendiri akan dijual oleh agen dengan bentuk kambing utuh, selanjutnya kambing akan diolah hingga sampai ke tahap pengemasan, dengan harga perkemasannya sebesar Rp. 105.000/kg. Kekurangannya, peternak akan mendapatkan potongan harga dari biasanya, agen akan mematok harga Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 300.000 /ekor disesuaikan dengan bobot kambing tersebut. Tetapi, jika peternak mengambil harga/kg kambingnya maka, potongan harga yang diberikan sebesar Rp. 9.900. Harga tersebut sudah termasuk harga transportasi pengangkutan.

Manajemen Rantai Pasok

Food supply chain network bagian dalam *supply chain* yang merupakan bagian dari salah satu elemen di *supply chain* untuk menentukan bagaimana metode pengembangan dari *supply chain*. Salah satu elemen dari bagian *food supply chain network* adalah manajemen rantai pasok. Manajemen rantai pasok ini adalah suatu proses dari mulai pengadaan material, perubahan material, barang setengah jadi hingga menjadi barang jadi.

Semua sistem permodalan dari para peternak ini menggunakan modal pribadi. Kambing mereka diperoleh dari perputaran ternak mereka yang mereka budidayakan dan untuk awal mereka membeli dari agen-agen kambing. Untuk penjualan kambing sendiri, konsumen memesan dengan membayar uang muka atau *down payment* (DP). Sehingga, untuk bukti jadi akan jelas melalui pembayaran tersebut. Selanjutnya, kambing akan diantar ketempat yang ditentukan konsumen. Untuk yang melalui agen, agen akan berkeliling kesekitaran jalan yang akan mereka tawar kambingnya atau bisa menggunakan via telepon. Selanjutnya, agen akan mengantarnya ketempat mereka tuju seperti ke industri kamar potong ataupun ke konsumen akhir langsung.

Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya rantai pasok adalah bagian dalam elemen *supply chain* yang meliputi bagian dalam sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya permodalan. Sumber-sumber itu akan dijelaskan sebagai berikut.

Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik ini terbagi atas beberapa bagian yaitu sarana pendukung, pakan, dan obat-obatan. Luas lahan ternak kambing disana rata-rata 766.632 m² dan jumlah kambing didalamnya 30 ekor kambing.

Lokasi tempat mereka melakukan budidaya kambing rata-rata dibelakang rumah tempat tinggal mereka. Untuk kondisi cuaca disana yang tropis yang menjadikan lahan yang cocok buat berkembang biakan kambing mereka. Akses dari toko atau tempat pembelian obat-obatan dan pengambilan pakan untuk kambing mereka, tidak jauh dari tempat mereka beternak, sehingga aksesibilitas peternak cukup terjangkau. Tetapi, ada sebagian desa disana yang jalan menuju ke tempatnya masih belum memadai contohnya di desa Bandar Khalipah. Untuk akomodasi transportasi, peternak mempunyai 1 sepeda motor untuk alat transportasinya.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang ada di kecamatan Percut Sei Tuan adalah rata-rata menggunakan tenaga kerja keluarga. Hanya saja, ada yang menggunakan jasa tenaga kerja, karena disana menggunakan organisasi. Peternakan itu ada di daerah sambirejo timur, disana mereka menggunakan 176 pekerja karena mereka berbentuk organisasi.

Sumber Daya Permodalan

Sumber daya permodalan disana dikatakan sudah rata-rata terbilang cukup, karena sebagian besar dari mereka mempunyai pekerjaan lain untuk menunjang kecukupan ternak kambing mereka. Mereka menggunakan modal pribadi yang tidak ada campur tangan dari orang lain.

Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok disini menjelaskan tentang bagaimana keseluruhan aktivitas bisnis yang dilakukan peternak hingga ke konsumen. Jadi, semua prosesnya harus terhubung dengan baik sesuai dengan hubungan proses bisnis nya terjalan dengan baik.

Hubungan Proses Bisnis Rantai Pasok

Adapun proses dari bisnis rantai pasok terbagi atas dua bagian yaitu, yakni tinjauan siklus dan tinjauan *pull/push*. Pada tinjauan siklus terdapat berbagai rangkaian seperti *procurement*, *manufacturing*, *replenishment*, dan *costumer order*. Sedangkan, didalam tinjauan *pull/push*, proses pada *supply chain* dilihat apakah upaya dalam merespon permintaan konsumen atau untuk mengantisipasi permintaan konsumen. Pada proses tarik (*pull*), proses dilakukan untuk merespon pesanan konsumen, sedangkan pada proses dorong (*push*), proses dilakukan untuk mengantisipasi pesanan konsumen yang akan datang .

(Chopra dan Meindl, 2007).

Procurement adalah proses pemenuhan atau pengadaan suatu bahan baku untuk dipesan dan digunakan. Kecamatan Percut Sei Tuan dalam *supply chain* melakukan proses pengadaan bibit melalui Tebing Tinggi, Tanjung Morawa, dan Aceh, sehingga proses pengadaan suatu kambing dapat dilihat melalui pemesanan (jumlah bibit kambing, jenis bibit kambing dan kualitas bibit kambing). Untuk pemesanan bibit kambing, ukuran usia kambing yang dipesan oleh peternak di kecamatan ini berkisar antara 6-7 bulan. Tetapi, mereka juga mendapatkan kambing dari proses pembudidayaan kambing yang baru lahir, biasanya mereka mendapatkan 3 kambing dari hasil melahirkan kambing betina. Untuk pemesanan

dari pemasok, mereka melakukan pemesanan dengan cara *pre-order*, mereka melihat kebutuhan pasar dan banyaknya permintaan konsumen dari agen dan konsumen akhir. Hubungan bisnis rantai pasok disini berarti menggunakan proses *push*, karena mereka memperhatikan untuk kebutuhan pesanan pasar terhadap produksi kambing mereka.

Setelah melakukan proses pemesanan dari pemasok, selanjutnya peternak akan melakukan penggemukan kambing selama 6-8 bulan dengan target bobot kambing seberat 22 kg, dikarenakan permintaan pasar untuk pemesanan kambing harus mencapai target sehingga kambing akan dapat dipasarkan.

Manufacturing adalah proses dimana pemenuhan budidaya kambing dengan menunjang peralatan, mesin, dan tenaga kerja. Di industri kamar potong, mereka sudah menggunakan alat yang cukup modern, mereka menggunakan alat pemotong daging sehingga kambing akan terpotong dan akan mudah untuk melakukan pengemasan.

Replenishment adalah penambahan atau pergantian bibit kambing dari pemasok untuk kebutuhan budidaya kambing mereka. Untuk penambahan bibit kambing, peternak akan melihat jumlah dari kebutuhan kambing yang akan mereka ternakkan. Sedangkan untuk pergantian bibit kambing, peternak akan meminta pergantian bibit kambing jika bibit kambing tidak sesuai dengan kriteria yang diminta oleh peternak dari pemasok, kemudian pemasok akan bersedia mengganti kambing mereka sesuai yang sudah ditetapkan.

Customer order adalah pemesanan dari peternak ke konsumen akhir atau melalui agen. Di kecamatan Percut Sei Tuan, mereka melakukan dua aliran yaitu penjualan ke konsumen langsung dan penjualan ke agen. Didalam penjualan ke

konsumen langsung, biasanya konsumen akan memesan melalui sistem datang langsung ke tempat peternak kambing dan melihat kebutuhan kambing yang akan mereka mau beli. Selanjutnya, peternak akan menandai kambing tersebut dan mengantar kambing tersebut ke tempat yang sudah ditentukan oleh konsumen dan waktu yang sudah ditetapkan. Untuk alur yang kedua, yaitu melalui penjualan ke agen. Agen akan mendatangi tempat peternak untuk menawarkan pembelian kambing mereka atau peternak akan melakukan via telepon untuk penjualan kambing mereka ke agen. Selanjutnya, agen akan melakukan proses pengambilan kambing menggunakan sepeda motor yang sudah dilengkapi keranjang, tetapi jika kambing sudah melebihi 2 penjualan maka agen akan melakukan pengangkutan menggunakan mobil *pick up*. Agen biasanya akan mengambil pesanan kambing mereka pada pukul 16.00. Selanjutnya, agen akan mengantar sesuai dengan permintaan, apakah langsung ke konsumen akhir ataupun ke industri kamar potong.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran pada peternakan kambing di kecamatan Percut Sei Tuan terbagi atas 2 aliran pemasaran, untuk aliran pertama peternak langsung menjual ke konsumen akhir, untuk aliran kedua peternak menjual dari agen untuk dipasarkan. Aliran efisiensi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 12. *Margin* Pemasaran Ternak Kambing Pada Aliran I

No.	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Distribusi <i>Margin</i> (Rp)	<i>Farmer Share</i> (%)
1.	Pemasok			
	Harga Jual	24.375	24.375	
2.	Peternak			
	Harga Beli	24.375		
	Biaya Obat-Obatan	3.084	60.025	0.29
	Biaya Transportasi	25.790		
	Biaya Pakan	2.500		
	Total Biaya	31.374		
	Keuntungan	28.651		
	Harga Jual	84.400		
3.	Konsumen			
	Harga Beli	84.400	84.400	
	Total	277.575	168.800	
	<i>Margin</i> Pemasaran		60.025	
	Rata-rata	46.263	56.267	0.29

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel efisiensi *margin* pemasaran diatas, aliran pertama ini peternak langsung mengirim ke konsumen akhir. Harga jual dari pemasok sebesar Rp. 24.375/kg. Kemudian, harga beli dari pemasok ke peternak sebesar Rp. 24.375/kg, setelah itu biaya yang dikeluarkan selama membudidayakan kambing yang sudah termasuk biaya transportasi, biaya pakan, dan biaya obat-obatan sebesar Rp. 31.374/kg kambing. Setelah kambing siap jual, kambing dapat dijual ke konsumen dengan harga jual sebesar Rp. 84.400/kg. Dari hasil penjualan, dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp. 28.651/kg. Maka, dapat diperoleh juga dari hasil yang ditentukan *margin* pemasaran untuk peternak sebesar Rp. 60.025 dan *Farmer Share* sebesar 0.29%.

Tabel 13. *Margin* Pemasaran Ternak Kambing Pada Aliran II

No.	Lembaga	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Distribusi Margin (Rp)	Farmer Share (%)
1.	Pemasok			
	Harga Jual	24.375	24.375	
2.	Peternak			
	Harga Beli	24.375		
	Biaya Obat-Obatan	3.084	50.125	0.33
	Biaya Transportasi	25.790		
	Biaya Pakan	2.500		
	Total Biaya	31.374		
	Keuntungan	18.751		
	Harga Jual	74.500		
3.	Agen			
	Harga Beli	74.500		
	Biaya Transportasi	2.500	15.500	0.83
	Keuntungan	13.000		
	Harga Jual	90.000		
4.	Industri Kamar Potong			
	Harga Beli	90.000		
	Biaya Transportasi	2.500	15.000	0.86
	Keuntungan	12.500		
	Harga Jual	105.000		
5.	Konsumen			
	Harga Beli	105.000	105.000	
	Total	668.375	210.000	2.02
	Margin Pemasaran		80.625	
	Rata-rata	47.742	42.000	0.68

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel dari *margin* pemasaran, aliran kedua ini peternak memakai jasa agen, dimana agen berperan agar mempercepat perputaran penjualan kambing peternak. Kambing akan dijual oleh agen dengan beberapa penjualan yang sudah ingin agen itu tujukan, seperti menjual ke konsumen langsung, menjual ke pasar, dan ada yang menjual ke kamar potong. Untuk tingkatan yang menjadi perbedaan ini mulai dari harga jual dari peternak ke agen

sebesar Rp. 74.500/kg dan peternak memperoleh keuntungan sebesar Rp. 18.751/kg. Untuk harga beli agen ke peternak sebesar Rp. 74.500/kg dengan biaya yang sudah termasuk biaya transportasi pengangkutan kambing sebesar Rp. 2.500/kg dengan harga jual kambing sebesar Rp. 90.000/kg dan didapatkan keuntungan agen sebesar Rp. 13.000/kg. Untuk industri kamar potong mereka membeli kambing dari agen dengan harga Rp. 90.000/kg, dengan biaya transportasi sebesar Rp. 2.500/kg, dan kamar potong akan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 12.500/kg daging. Setelah itu, kambing yang sudah diproses dari insutri kamar potong akan dijual ke konsumen akhir dengan harga sebesar Rp. 105.000/kg Untuk *farmer share* peternak sebesar 0.33%, untuk agen sebesar 0.83%, dan untuk industri kamar potong sebesar 0.86% maka total dari *farmer share* sebesar 2.02% dengan rata-rata sebesar 0.68%.

Semua tingkatan yang tertera dalam tabel *margin* efisiensi pemasaran diatas dapat di rata-ratakan dengan bobot kambing/kg-nya..

Pemasok

Pemasok adalah lembaga yang memberi pasokan dalam menjual bibitn kambing ke peternak. Untuk pemasok sendiri, mereka disini hanya berperan sebagai menjual ke peternak saja, tidak untuk membudidayakannya.

Untuk harga jual pemasok ke peternak sendiri, pemasok menjual kambing/kg nya dengan harga jual Rp. 24.375. Untuk ukuran kambing yang dijual berkisar selama 6-7 bulan dengan ukuran bobot kambing seberat 14 kg. Dengan demikian, pemasok hanya mengadakan kambing saja dan tidak membudidayakannya, kambing-kambing yang dipasarkan hanya langsung dijual kepeternak untuk dilakukan penggemukan hingga siap jual.

Peternak Kecamatan Percut Sei Tuan

Dalam penelitian di kecamatan Percut Sei Tuan ini, jumlah sampel yang ada sebanyak 19 sampel dengan masing-masing sampel yang jumlahnya sudah dirata-ratakan. Adapun hasil dari tiap aliran distribusi, aliran pertama peternak langsung menjual ke konsumen akhir, sementara untuk aliran kedua peternak menjual ke agen terlebih dahulu sebelum agen memasarkannya ke tujuan yang ingin mereka tuju.

Untuk kedua aliran semua biaya yang dikeluarkan oleh peternak sama. Biaya obat-obatan untuk kambing/kg sebesar Rp. 3.084, untuk biaya transportasi sebesar Rp. 25.940, dan untuk biaya pakan kambing sebesar Rp. 2.500, dengan total biaya keseluruhan sebesar Rp. 31.374/kg kambing.

Penelitian ini melihat dari mulai bahan baku peternak sampai menjadi kambing yang siap jual, dimulai dari pemasok sampai ke peternak di kecamatan Percut Sei Tuan. Perlakuan pasca panen kambing ini sudah termasuk ke perawatan, pengangkutan, hingga pakan sendiri.

Berdasarkan penelitian yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa lembaga pemasaran di tingkat peternak ini sudah efisien. Disini dapat dijelaskan bahwa untuk ukuran standart dari tingkat efisiensi yaitu $<0.50\%$. Dapat dilihat bahwa dari aliran pertama tingkat efisiensinya sebesar 0.38% dan aliran kedua tingkat efisiensinya 0.35% , maka dapat disimpulkan bahwa tingkat efisiensi di kedua aliran sudah efisien dan indikator yang didapat pada biaya pemasaran yang dilakukan rendah.

Untuk aliran I pada tingkat efisiensi pemasarandapat dilihat pada hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Pemasaran} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100 \% \\ \text{Efisiensi Pemasaran} &= \frac{\text{Rp } 31.374}{\text{Rp } 84.400} \times 100 \% \end{aligned}$$

$$\text{Efisiensi Pemasaran} = 0.38 \%$$

Setelah itu, untuk aliran II pada tingkat efisiensi pemasarandapat dilihat pada hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Pemasaran} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100 \% \\ \text{Efisiensi Pemasaran} &= \frac{\text{Rp } 36.374}{\text{Rp } 105.000} \times 100 \% \end{aligned}$$

$$\text{Efisiensi Pemasaran} = 0.35 \%$$

Dari perhitungan diatas, kedua aliran diatas dapat disimpulkan bahwa efisiensi pemasaransudah menunjukkan tingkat yang efisien, dimana semakin tinggi persentase efisiensi pemasaranmaka semakin efisien kegiatan pemasaran.

Agan Kecamatan Percut Sei Tuan

Untuk penelitian ini, peneliti mengambil 11 sampel agen untuk diteliti. Peneliti mengambil beberapa sampel dari beberapa desa yang terbesar diantara desa-desa lainnya. Adapun peran dari agen disini sebagai proses penilaian atau *grading* untuk mencapai kambing yang siap dipasarkan sesuai dengan tujuan dari agen tersebut.

Dari 11 sampel yang ada, diambil rata-rata biaya yaitu Rp. 2.500/kg kambing untuk biaya transport. Disini, agen hanya memasarkan saja, maka biaya yang dikeluarkan hanya untuk biaya transport saja.

Industri Kamar Potong

Didalam penelitian ini, peneliti mendapatkan 11 dari 19 sampel yang menjual hasil ternakan kambing ke agen. Tetapi dalam masa permintaan oleh agen, agen mendapatkan permintaan dari industri kamar potong.

Jadi dapat dihitung biaya dari kamar potong ini yaitu, rata-rata biaya Rp. 2.500/kg kambing itu hanya untuk sekali pengantaran transportasi kambing dari agen. Disini, industri kamar potong akan menjual dalam bentuk olahan daging segar yang sudah ter-*package* dengan baik.

Biaya pemasaran dari keempat lembaga tersebut berjumlah Rp. 36.374 dengan rata-rata biaya sebesar Rp. 12.125. Untuk biaya obat-obatan disini hanya peternak saja yang mengeluarkan biaya sebesar Rp. 3.084. Untuk biaya transportasi peternak sebesar Rp. 25.940, biaya transportasi agen sebesar Rp. 2.500, dan juga biaya transportasi industri kamar potong sebesar Rp. 2.500. Untuk biaya pakan hanya peternak yang mengeluarkan biaya sebesar Rp. 2.500.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa

1. Secara garis besar, *supply chain* peternakan kambing di kecamatan Percut Sei Tuan terbagi atas 2 aliran yaitu; 1. pemasok-peternak-konsumen, 2. Pemasok-peternak-agen-industri kamar potong-konsumen. Secara bisnis rantai pasok, kecamatan ini sudah memenuhi dari keempat proses bisnis yaitu *procurement*, *manufacturing*, *replenishment*, dan *costumer order*.
2. Untuk segi efisiensi pemasaran pada kecamatan Percut Sei Tuan sudah mencapai tingkat yang efisien dari berbagai aliran di tiap tingkatannya yang berperan di pemasaran ternak kambing.

Saran

1. Untuk peternak di kecamatan Percut Sei Tuan sebaiknya dapat membuat suatu kumpulan atau organisasi agar peternak disana dapat mendapatkan keuntungan dari usaha ternak kambing mereka.
2. Untuk kedua tingkat seperti peternak dan agen agar dapat berkolaborasi sehingga keuntungan yang dihasilkan tidak merugikan satu sama lain.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat membahas manajemen produksi dan operasional peternakan kambing yang ada di kecamatan Percut Sei Tuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. S. 2019. *Model Interval Food Supply Chain Network Design*. Pada Sistem Distribusi Multistage. Disertasi Thesis. Universitas Airlangga.
- Azwanda. S. I. A dan R. Aka. 2017. Analisis Profitabilitas Usaha Jagal Sapi Di Rumah Potong Hewan Kota Kendari. *JITRO*. 4(2): 10-18.
- Balqish. F. 2020. Analisis Rantai Pasok Ternak Sapi Potong Kelompok Tani Enggal Mukti. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Bisuk. P. 2009. Rencana Induk Pengelolaan Wilayah Perbatasan Dan Alternatif Format Kelembagaan Pengelolaan Perbatasan. Disampaikan Pada Seminar Nasional Pengembangan Konsep Penataan Kelembagaan Dalam Rangka Optimalisasi Pembangunan Wilayah Perbatasan Di Samarinda Tanggal 14 Desember 2006.
- BPS Kabupaten Deli Serdang. 2019. Populasi Ternak Menurut Kecamatan Dan Jenis Ternak Kabupaten Deli Serdang.
- Christoper. M. 1992. *Logistics And Supply Chain Management*. Harlow. UK: PT. Publishing International.
- Chopra. S dan P. Meindl. 2007. *Supply chain Management-Strategy, Planning, And Opeeration*. Third Edition. New Jersey (US) : Pearson Education, Inc
- Daus., T. Firdaus., Umar dan Irwan . 2020. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing Potong Abu Aqiqah Di Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar. Vol. 5, No. 2.
- Dinas Kesehatan Hewan. 2010. Asal Usul Kambing Etawa. <https://dinakkeswan.jatengprov.go.id>. Diakses 30 Juni 2020.
- Flauren. S. K. 2016. Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Kubis Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*. Vol. 4 No. 5. 303-408.
- Hasby. S. P. 2019. Kinerja Manajemen Rantai Pasok dan Teknis Efisiensi Teknis Rantai Pasok Cabai Pada Tingkat Petani dan Bandar (Pengumpul) Kecamatan Pakis Kabupaten Magelang. Disertasi Thesis. Universitas Gajah Mada.
- Hines. T. 2004. *Supply Chain Strategies. Demand Driven And Customer Focused*. UK: Routledge.

- Lockamy. A dan K. Mckormack . 2004. *Linking SCOR Planning Practices To Rantai Pasok Performance. International Journal Of Operations And Production Management*. 24(12): 1192-1218.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: LP3ES.
- Nurhandayani., Agustini dan A. M. Noor. 2018. Pengukuran Kinerja Rantai Pasok CV. Vio Burger Dengan Menggunakan Model *Supply Chain Operation Reference (SCOR)* Dan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa. Vol. 23 No. 3.
- Pamungkas., F. Aji., F. A. A. Batubara., M. D. Saribu dan E. Sihite. 2009. Potensi Beberapa Plasma Nutfah Kambing Lokal Indonesia. Juknis. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Peternakan, Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.
- Saptana. D. A. 2012. Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chains Management*) Melalui Strategi Kemitraan Pada Industri Broiler. Dalam: Bunga Rampai Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia. Eds. Erna Maria Lokollo. Bogor: IPB Press.
- Sibuea. A. F. 2020. Analisis Rantai Pasok Ayam Broiler Kota Medan. *Supply Chain Analysis Of PT. XYZ Medan*. Disertasi Thesis. Institut Pertanian Bogor.
- Sibuea. M. B., M. Thamrin dan J. Tarigan. 2013. Kajian Efisiensi Pemasaran Jambu Air King Rose Apple. *Jurnal Agrium*. 18(2) Hal: 165-166.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori Dan Aplikasinya. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Tsao. Y. C. 2013. *Designing A Fresh Food Supply Chain Network: An Application Of Nonlinear Programming. Journal Of Applied Mathematic*.
- Tyagi. M dan P. Kumar. "Modelling And Analysis Of Barriers For Supply Chain Performance Measurement System". *International Journal Of Operational Research*, Vol. 28, No. 3. pp. 392-414.
- Vorst. V. D. 2006. *Performance Measurement In Agrifood Supply Chain Networks*. (p. 13). Netherlands: Logistics And Operations Research Group, Wageningen University.
- Widodo. K. H., P. Khairies dan A. Aang. 2011. *Supply Chain Management Agroindustri Yang Berkelanjutan*. Bandung: Lubuk Agung.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Peternak Kecamatan Percut Sei Tuan

KUESIONER PENELITIAN

UNTUK RESPONDEN

: PETERNAK

-
1. Nama :
 2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 3. Umur : Tahun
 4. Alamat Rumah :
 5. Sifat Usaha : Utama Sampingan
 6. Pekerjaan Lainnya :
 7. Kepemilikan Lahan :
 8. Luas Lahan : M²
 9. Pengalaman Beternak : Tahun
 10. Jumlah Tenaga Kerja : Orang

Kondisi Rantai Pasokan

1. Bagaimana alur distribusi peternakan kambing Bapak/Ibu?
2. Apakah Bapak/Ibu pernah mendapatkan masalah selama beternak kambing?
 Pernah Tidak
3. Darimana Bapak/Ibu mendapatkan pasokan bibit kambing?
4. Apa yang menjadi perbedaan harga di tiap ekor kambing Bapak/Ibu?
 Jenis Usia
 Bobot
5. Bagaimana prosedur untuk pemesan dari konsumen ke peternak ?
 telepon sosial media (WA) langsung datang
 email fax lainnya

6. Alat transportasi apa yang digunakan untuk mendistribusikan kambing ke konsumen?
 mobil truck sepeda motor
 mobil pickup lainnya...

7. Biaya apa yang paling besar dihadapi Bapak/Ibu dalam beternak kambing ?

Jenis Biaya	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Bibit Kambing			
Pakan dan Obat-Obatan			
Transportasi			
Biaya Tak Terduga			

8. Bagaimana sistem kinerja peternak kambing hingga dicapai angka maksimal ?

9. Apakah pemasaran peternakan kambing di desa ini sudah terkelola dengan baik ?

Sudah Belum

10. Apakah Bapak/Ibu melakukan penjualan kambing dengan menggunakan agen?

Iya Tidak

Jika iya bagaimana sistem pembagian penjualan ke distributor atau agen ?

11. Apa saja jenis kambing yang Bapak/Ibu ternak ?

Jenis Kambing	Jumlah
Biri-Biri	
Etawa	
Jawa	
Total	

Lampiran 2. Kuesioner Agen Kecamatan Percut Sei Tuan

KUESIONER PENELITIAN**UNTUK RESPONDEN****: Agen**

-
1. Nama :
 2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 3. Umur : Tahun
 4. Alamat Rumah :
 5. Sifat Usaha : Utama Sampingan
 6. Pekerjaan Lainnya :
 7. Jumlah Tenaga Kerja :
 8. Pendidikan Terakhir :

Kondisi Rantai Pasokan

1. Berapakah harga yang ditetapkan untuk per ekor kambing ?
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000
 - >Rp. 4.100.000
2. Apakah ada kolaborasi atau koordinasi dalam menjual kambing ?
 - Ada Tidak
3. Berapa tahun bekerjasama dengan peternak?
4. Dimana sasaran pasar kambing yang dijual, sebutkan?
 - Pasar Domestik
 -
 - Pasar Ekspor

5. Bagaimana prosedur untuk pemesan dari konsumen ke peternak ?
- telepon sosial media (WA) langsung datang
- email fax lainnya
6. Bagaimana sistem penjualan dari peternak ke distributor ?
- Datang langsung ke lokasi peternak
- Tunggu sampai kambing yang dijual lebih dari 1
- Menunggu panggilan dari peternak
- Lainnya...
7. Bagaimana mekanisme penentuan harga jual kambing ?
- Dilihat dari jenis
- Dilihat dari bobot
- Dilihat dari usia
8. Alat transportasi apa yang digunakan untuk mendistribusikan kambing ke konsumen?
- mobil truck sepeda motor
- mobil pickup lainnya...
9. Apa saja kendala dalam pendistribusian kambing ini ?
10. Berapa kapasitas kendaraan yang digunakan untuk pengiriman?
- <20 kg 30 – 40 kg 50 – 100 kg > 100 kg
11. Apakah ada biaya untuk proses pengiriman dari peternak ke agen
- Ada Tidak
12. Apakah Bapak/Ibu menjual produk dalam bentuk turunan atau hanya menjual per ekor kambing saja ?
- Turunan

Kambing utuh

13. Bagaimana cara pembayaran dalam penjualan kambing dari peternak ke agen ?

No	Lembaga rantai pasok	Pembayaran			Pihak yang membuat aturan
		langsung	Dalam kurun waktu		
			< 10 hari	10-29 hari	
1.	Peternak – Agen				

14. Apakah agen sudah menerapkan teknologi informasi (email, aplikasi perhitungan profit, dan data online yang terintegrasi) yang terhubung oleh seluruh anggota rantai pasok ?

sudah belum

15. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian kambing ?

ada tidak

16. Apakah Bapak/Ibu bergerak melalui perseorangan atau organisasi ?

perseorangan organisasi

Lampiran 3. Persentase Prasarana Umum Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2021

No.	Jenis Prasarana	Jumlah (Unit)
1.	TK	36
2.	SD Negeri	66
3.	SD Swasta	67
4.	SLTP Negeri	8
5.	SLTP Swasta	42
6.	SLTA Negeri	3
7.	SLTA Swasta	21
8.	Per. Tinggi Negeri	2
9.	Per. Tinggi Swasta	7
10.	Rumah Sakit	3
11.	Poliklinik/Balai Pengobatan	-
12.	Puskesmas	4
13.	Puskesmas Pembantu	10
14.	Masjid	199
15.	Mushollah	196
16.	Gereja	37
17.	Kuil/Pura	2
18.	Vihara	14
19.	Industri Besar	42
20.	Industri Menengah	39
21.	Industri Kecil	132
22.	Industri Rumah Tangga	164
23.	Bank	30
24.	KUD	3
25.	Koperasi Simpan Pinjam	2

26.	Pasar Desa	11
27.	Telepon Umum	31
28.	Stasiun Bus/Angkot	9
29.	Stasiun Kereta Api	1

Lampiran 4. *Breed* Kambing Di Daerah Tropis Dan Subtropis

Tipe	Breed	Daerah Asal	Iklim
Tipe Perah	Alpine	Swiss	Temperate, basah
	Anglo Nubian	Inggris	Temperate, basah
	Saanen	Swiss	Temperate, basah
	Toggenburg	Swiss	Temperate, basah
Tipe Pedaging	Boer	Afrika Selatan	Subtropis, kering
	Fijian	Fiji	Tropis, basah
	Kacang	Indonesia,	Tropis, basah
		Malaysia	
	Ma T'ou	Cina	Subtropis, basah
	Sirohi	India	Tropis, kering
	Sudan Desert	Sudan	Tropis, kering
Black Bengal	India	Tropis, kering	

	Criollo	Amerika Latin	Tropis, subtropics,kering
	West African Desert	Afrika Barat	Tropis, basah
	Maradi (Red Sekoto)	Niger dan Nigeria	Tropis, kering
	Mubende	Uganda	Tropis, kering
Tipe Dwiguna (Perah dan Pedaging)	Barbari	India	Tropis, kering
	Beetal	India	Tropis, kering
	Black Bedoulin	Israel, Mesir	Tropis, kering
	Damani	Pakistan	Tropis, kering
	Damascus	Suriah, Lebanon	Subtropis, kering
	Dera Din Panah	Pakistan	Tropis, kering
	Jamnapari	India	Tropis, subtropics, kering
	Kamori	Pakistan	Subtropis, kering
	Malabar	India	Tropis, basah
	Marwari	India	Tropis, kering
	Sudan Nubian	Sudan, Mesir	Tropis, kering
	Zaraiby	Mesir	Tropis, kering
Tipe Bulu	Angora	Turki	Subtropis, kering

Lampiran 5. Data Pembelian Bibit Kambing Peternak Ke Pemasok

No.	Nama	Desa	Bibit Kambing	Harga (Rp/kg)
1.	Dewi	Saentis	Etawa	25.000
2.	Seniman	Saentis	Biri-biri	-
3.	Musim	Bandar Khalipah	Biri-biri	-
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	Biri-biri	20.000
5.	Sri	Bandar Khalipah	Biri-biri	25.000
6.	Darsi	Sampali	Biri-biri	-
7.	M. Sugito	Sampali	Biri-biri	25.000
8.	Irma	Bandar Klippa	Etawa	-
9.	Ferry	Bandar Klippa	Biri-biri	30.000
10.	Herman	Bandar Setia	Biri-biri	25.000
11.	Iwan	Kolam	Biri-biri	-
12.	Adi	Kolam	Biri-biri	-
13.	Cipto	Laut Dendang	Biri-biri	-
14.	Wati	Laut Dendang	Biri-biri	-
15.	Ilham	Laut Dendang	Etawa	20.000
16.	Udin	Medan Estate	Biri-biri	-
17.	Ani	Tembung	Etawa	25.000
18.	Wawan	Tembung	Biri-biri	-
19.	Sunar	Tembung	Biri-biri	-
Total				195.000
Rata-rata				24.375

Lampiran 6. Data Biaya Budidaya Peternak Kambing

No.	Nama	Desa	Obat – Obatan (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Pakan (Rp/kg)
1.	Dewi	Saentis	-	25.000	-
2.	Seniman	Saentis	2.500	30.000	-
3.	Musim	Bandar Khalipah	-	25.000	-
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	-	25.000	-
5.	Sri	Bandar Khalipah	-	25.000	2.500
6.	Darsi	Sampali	-	25.000	-
7.	M. Sugito	Sampali	4.000	35.000	-
8.	Irma	Bandar Klippa	-	30.000	2.500
9.	Ferry	Bandar Klippa	-	20.000	-
10.	Herman	Bandar Setia	3.000	30.000	-
11.	Iwan	Kolam	-	30.000	2.500
12.	Adi	Kolam	-	25.000	-
13.	Cipto	Laut Dendang	-	25.000	2.500
14.	Wati	Laut Dendang	2.500	25.000	-
15.	Ilham	Laut Dendang	-	20.000	-
16.	Udin	Medan Estate	4.000	30.000	-
17.	Ani	Tembung	-	20.000	-
18.	Wawan	Tembung	-	20.000	-
19.	Sunar	Tembung	2.500	25.000	-
Total			18.500	490.000	10.000
Rata-rata			3.084	25.790	2.500

Lampiran 7. Harga Jual Kambing Dari Peternak

No.	Nama	Desa	Jenis Kambing	Harga (Rp/kg)
1.	Dewi	Saentis	Etawa	90.000
2.	Seniman	Saentis	Biri-biri	75.000
3.	Musim	Bandar Khalipah	Biri-biri	85.000
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	Biri-biri	85.000
5.	Sri	Bandar Khalipah	Biri-biri	75.000
6.	Darsi	Sampali	Biri-biri	80.000
7.	M. Sugito	Sampali	Biri-biri	80.000
8.	Irma	Bandar Klippa	Etawa	75.000
9.	Ferry	Bandar Klippa	Biri-biri	75.000
10.	Herman	Bandar Setia	Biri-biri	85.000
11.	Iwan	Kolam	Biri-biri	70.000
12.	Adi	Kolam	Biri-biri	75.000
13.	Cipto	Laut Dendang	Biri-biri	85.000
14.	Wati	Laut Dendang	Biri-biri	75.000
15.	Ilham	Laut Dendang	Etawa	80.000
16.	Udin	Medan Estate	Biri-biri	70.000
17.	Ani	Tembung	Etawa	75.000
18.	Wawan	Tembung	Biri-biri	85.000
19.	Sunar	Tembung	Biri-biri	75.000
Total				1.495.000
Rata-rata				78.685

Lampiran 8. Data Alur Penjualan Kambing

No.	Nama	Desa	Jenis Kambing	Tujuan Penjualan
1.	Dewi	Saentis	Etawa	Konsumen Akhir
2.	Seniman	Saentis	Biri-biri	Agen
3.	Musim	Bandar Khalipah	Biri-biri	Konsumen Akhir
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	Biri-biri	Konsumen Akhir
5.	Sri	Bandar Khalipah	Biri-biri	Agen
6.	Darsi	Sampali	Biri-biri	Konsumen Akhir
7.	M. Sugito	Sampali	Biri-biri	Agen
8.	Irma	Bandar Klippa	Etawa	Agen
9.	Ferry	Bandar Klippa	Biri-biri	Agen
10.	Herman	Bandar Setia	Biri-biri	Konsumen Akhir
11.	Iwan	Kolam	Biri-biri	Agen
12.	Adi	Kolam	Biri-biri	Agen
13.	Cipto	Laut Dendang	Biri-biri	Konsumen Akhir
14.	Wati	Laut Dendang	Biri-biri	Agen
15.	Ilham	Laut Dendang	Etawa	Konsumen Akhir
16.	Udin	Medan Estate	Biri-biri	Agen
17.	Ani	Tembung	Etawa	Agen
18.	Wawan	Tembung	Biri-biri	Konsumen Akhir
19.	Sunar	Tembung	Biri-biri	Agen

Lampiran 9. Data Luas Lahan Peternak Kambing

No.	Nama	Desa	Luas Lahan (m²)
1.	Dewi	Saentis	400
2.	Seniman	Saentis	1600
3.	Musim	Bandar Khalipah	588
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	48
5.	Sri	Bandar Khalipah	36
6.	Darsi	Sampali	255
7.	M. Sugito	Sampali	5000
8.	Irma	Bandar Klippa	120
9.	Ferry	Bandar Klippa	625
10.	Herman	Bandar Setia	650
11.	Iwan	Kolam	320
12.	Adi	Kolam	820
13.	Cipto	Laut Dendang	770
14.	Wati	Laut Dendang	440
15.	Ilham	Laut Dendang	670
16.	Udin	Medan Estate	250
17.	Ani	Tembung	914
18.	Wawan	Tembung	320
19.	Sunar	Tembung	740
Total			14.566
Rata-rata			766.632

Lampiran 10. Data Jumlah Kandang Peternak

No.	Nama	Jumlah Kandang	Luas Kandang (m ²)
1.	Dewi	2	90
2.	Seniman	2	125
3.	Musim	2	205
4.	Tanjung	1	72
5.	Sri	1	86
6.	Darsi	2	109
7.	M. Sugito	6	560
8.	Irma	2	100
9.	Ferry	2	143
10.	Herman	1	80
11.	Iwan	1	74
12.	Adi	2	135
13.	Cipto	3	340
14.	Wati	2	184
15.	Ilham	2	150
16.	Udin	3	390
17.	Ani	2	310
18.	Wawan	1	107
19.	Sunar	2	190
Total		41	3.450
Rata-rata		2.15	181.5

Lampiran 11. Data Pengambilan Bibit Dari Pemasok

No.	Nama	Pembelian Bibit
1.	Dewi	3
2.	Seniman	4
3.	Musim	1
4.	Tanjung	6
5.	Sri	4
6.	Darsi	3
7.	M. Sugito	16
8.	Irma	7
9.	Ferry	3
10.	Herman	1
11.	Iwan	4
12.	Adi	6
13.	Cipto	3
14.	Wati	1
15.	Ilham	1
16.	Udin	2
17.	Ani	5
18.	Wawan	2
19.	Sunar	7
Total		79
Rata-rata		41.1

Lampiran 12. Data Penjualan Kambing Dalam Perbulan

No.	Nama	Desa	Penjualan Kambing
1.	Dewi	Saentis	2
2.	Seniman	Saentis	7
3.	Musim	Bandar Khalipah	3
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	1
5.	Sri	Bandar Khalipah	5
6.	Darsi	Sampali	3
7.	M. Sugito	Sampali	9
8.	Irma	Bandar Klippa	5
9.	Ferry	Bandar Klippa	6
10.	Herman	Bandar Setia	2
11.	Iwan	Kolam	7
12.	Adi	Kolam	5
13.	Cipto	Laut Dendang	2
14.	Wati	Laut Dendang	5
15.	Ilham	Laut Dendang	3
16.	Udin	Medan Estate	8
17.	Ani	Tembung	5
18.	Wawan	Tembung	3
19.	Sunar	Tembung	6
Total			87
Rata-rata			4.58

Lampiran 13. Data Jumlah Kambing Peternak

No.	Nama	Desa	Jenis Kambing	Jumlah Kambing
1.	Dewi	Saentis	Etawa	23
2.	Seniman	Saentis	Biri-biri	37
3.	Musim	Bandar Khalipah	Biri-biri	25
4.	Tanjung	Bandar Khalipah	Biri-biri	18
5.	Sri	Bandar Khalipah	Biri-biri	15
6.	Darsi	Sampali	Biri-biri	26
7.	M. Sugito	Sampali	Biri-biri	60
8.	Irma	Bandar Klippa	Etawa	17
9.	Ferry	Bandar Klippa	Biri-biri	30
10.	Herman	Bandar Setia	Biri-biri	30
11.	Iwan	Kolam	Biri-biri	20
12.	Adi	Kolam	Biri-biri	36
13.	Cipto	Laut Dendang	Biri-biri	39
14.	Wati	Laut Dendang	Biri-biri	26
15.	Ilham	Laut Dendang	Etawa	20
16.	Udin	Medan Estate	Biri-biri	32
17.	Ani	Tembung	Etawa	44
18.	Wawan	Tembung	Biri-biri	25
19.	Sunar	Tembung	Biri-biri	30
Total				553
Rata-rata				30

Lampiran 14. Dokumentasi



Mewawancarai Agen Kambing Di Desa Laut Dendang



Melihat Lokasi Ternak Kambing Di Desa Sampali



Mewawancarai Peternak Kambing Di Desa Saentis



Mewawancarai Agen Kambing Di Desa Bandar Khalipah



Melihat Proses Pemberian Pakan Ternak Kambing



Jenis Kambing Biri-Biri



Mewawancarai Peternak Kambing Di Desa Bandar Setia



Mewawancarai Peternak Kambing Di Desa Tembung



Jenis Kambing Etawa



Tempat Industri Kamar Potong



Lokasi Industri Kamar Potong



Daging Kambin