



SEMINAR NASIONAL PENGEMBANGAN AGRIBISNIS 2018

***"Farmpreneurship: Solusi Menumbuhkan Generasi Petani
Milenial dan Menyejahterakan Keluarga Petani"***

PROSIDING

DENPASAR, 14 SEPTEMBER 2018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS UDAYANA**

Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis

**”Farmpreneurship: Solusi Menumbuhkan Generasi Petani Milenial dan
Menyejahterakan Keluarga Petani”**

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Udayana

Denpasar – Bali

Telp : (0361) 255344

e-mail : unudagribisnis@gmail.com

Pelindung	:	Prof. Dr. Ir. I Wayan Windia, SU.
Penanggung Jawab	:	Dr. Ir. I Dewa Putu Oka Suardi, M.Si.
Pembina	:	Prof. Dr. Ir. Ketut Budi Susrusa, MS. Prof. Dr. Ir. Dwi Putra Darmawan, MP. Prof. Ir. IGAA. Ambarawati, M.Ec., Ph.D. Prof. Dr. Ir. I Gde Pitana, M.Sc. Prof. Dr. Ir. I Made Antara, MS.
Ketua Panitia	:	Dr. Gede Mekse Korri Arisena, SP., M.Agb.
Sekretaris	:	Dr. Widhianthini, SP., M.Si.
Bendahara	:	Ida Ayu Listia Dewi, SP., M.Agb.
Reviewer	:	AAA. Wulandira S. Dj, SP., MA. Ida Ayu Listia Dewi, SP., M.Agb. Dr. Widhianthini, SP., M.Si. Putu Udayani Wijayanti, SP., M.Agb. Ni Luh Prima Kemala Dewi, SP., M.Agb.
Editor	:	I Gede Bagus Dera Setiawan, SP., M.Agb.
Cover	:	I Made Sukewijaya, SP., M.Sc.
Layout	:	I Made Sukewijaya, SP., M.Sc.
ISBN	:	978-602-294-308-2
Cetakan	:	Pertama

Dicetak di Denpasar, Bali, Indonesia

KATA PENGANTAR

Prosiding ini merupakan dokumentasi dari paparan dan gagasan dari pembicara kunci (*keynote speaker*), pembicara utama dan karya ilmiah dari para peneliti dan diskusi yang mengiringinya pada Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis 2018, dengan tema ”*Farmpreneurship: Solusi Menumbuhkan Generasi Petani Milenial dan Menyejahterakan Keluarga Petani*”.

Keberlanjutan pertanian sangat menarik untuk dibahas dan didiskusikan. Tujuan kami melaksanakan Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis 2018, didasarkan pada fenomena menurunnya jumlah dan kesejahteraan petani di Indonesia.

Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis 2018 merupakan ajang tukar menukar informasi hasil penelitian serta diseminasi informasi perihal perkembangan tentang Pemberdayaan Masyarakat, Pengembangan Bisnis, Manajemen Produksi Pertanian *On-Farm*, Ekonomi Pedesaan dan Pembangunan Pertanian serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penerbitan prosiding ini diharapkan bermanfaat dan dapat dijadikan acuan dalam pengembangan penelitian terkait dengan kedaulatan pembangunan pertanian. Dewan editor mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian prosiding ini.

Denpasar, 14 September 2018

Editor

DAFTAR ISI

EKONOMI PEDESAAN

Efisiensi Usahatani Anggota Simantri Lahan Kering Dan Lahan Basah di Kabupaten Gianyar	1
Ni Luh Prima Kemala Dewi, Ida Ayu Listia Dewi	
Penyerapan Tenaga Kerja Usahatani Anggota Simantri Lahan Basah dan Kering Di Gianyar.....	9
Putu Udayani Wijayanti, Ni Luh Prima Kemala Dewi	
Determinasi Efisiensi Teknis Penggunaan Faktor Produksi pada Usahatani Padi Lahan Irigasi Kabupaten Lombok Barat	17
Hernawati,I Made Anggayuda Pramadya Sudantha	
Analisis Posisi Indonesia dalam Ekspor Impor Teh	31
Istis Baroh dan Lina Purwanti Ningsih	
Kajian Ekonomi Usaha Tani Tumpang Sari Kedelai dan Jagung di Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat	38
Irma Mardian, Awaludin Hipi, Darwis, Nurjahratullailah, dan Eka Widiastuti	
Keragaan Usaha Tani Varietas Unggul Bawang Merah di Lahan Kering Iklim Kering Kabupaten Bima	47
Irma Mardian, Muji Rahayu, dan Eka Widiastuti	
Kajian Pengembangan Tanaman Flacortia Inermis Roxb	54
Joice Noviana Pelima	
Implementasi Teknologi Jajar Legowo Super di Kabupaten Bima	60
Yuliana Susanti, Sabar Untung dan Hiryana Windiyani	
Faktor–Faktor Penyebab Kearifan Lokal Maneke di Ambang Kepunahan di Kabupaten Kepulauan Sangihe, Sulawesi Utara	68
Jane Sulinda Tambas, Kliwon Hidayat, Charles Kepel	
Dinamika Ketahanan Pangan Rumah Tangga: Kasus di Perdesaan Agroekosistem Sawah Berbasis Padi	81
Tri Bastuti Purwantini	
Tipologi Petani dan Penguatan Kelembagaan	92
Herlina Tarigan	
Sistem Agribisnis Usahatani Padi Sawah (Kasus Pada Ekowisata Subak Sembung Desa Peguyangan Kecamatan Denpasar Utara)	

Gede Mekse Korri Arisena, Ni Luh Prima Kemala Dewi	106
Tingkat Perkembangan Wilayah Propinsi Bali: Kajian Indeks Diversitas Entropi di Kabupaten Bangli dan Kabupaten Karangasem	116
Widhianthini, Anak Agung Gede Purantara	
Analisis Kelayakan Usahatani Kopi di Kabupaten Ende (Kajian pada Desa Niowula dan Randhoria)	126
Imaculata Fatima	
Dampak Aktifitas Penambangan Terhadap Masyarakat Sekitar Waduk Bili-Bili di Sungai Jeneberang	140
Ahmad Rifqi Asrib, Heru Winarno, Taufiq Natsri	
Tingkat Adaptasi Petani Lokal Terhadap Penerapan Teknologi dari Petani Transmigran pada Usahatani Sawi Putih (Brassica Juncea.) di Kecamatan Betayau Kabupaten Tana Tidung	151
M Erwan Suriaatmaja, Syamad Ramayana	
Faktor yang Berpengaruh Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja pada Usahatani Cabe Merah di Kabupaten Karangasem, Bali	158
Wayan Widyantara	
Profitabilitas dan Respon Petani Cabai Terhadap Fluktuasi Harga Cabai	163
Wayan Widyantara, AA Wulandira S. Dj.	
Model Dinamika Pemasaran Komoditi Sayuran Dataran Tinggi Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Di Kabupaten Buleleng	167
Gede Mekse Korri Arisena, Dwi Putra Darmawan, Ni Wayan Febriana Utami, I Gde Kajeng Baskara	
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakberhasilan SIMANTRI dalam Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan di Kabupaten Bangli	176
Luh Putu Kirana Pratiwi, Nyoman Yudiarini	
Analisis Ketahanan Sistem Pertanian Terintegrasi (Simantri) di Kabupaten Gianyar	192
Luh Putu Kirana Pratiwi	
Pemanfaatan Salep Antiluka Ekstrak Kunyit dan Limbah Kulit Bawang Merah Sebagai Pertolongan Pertama Untuk Mencegah Infeksi pada Masyarakat Pasca Bencana di Desa Penyabangan, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng	201
Gede Mekse Korri Arisena, Dwi Putra Darmawan, Made Ary Sarasmita, Ni Wayan Febriana Utami, I Gde Kajeng Baskara	

MANAJEMEN PRODUKSI PERTANIAN ON-FARM

Potensi Buah Mahkota Dewa dan Kulit Jeruk Purut sebagai Insektisida Nabati terhadap hama <i>Crocidolomia pavonana</i> F. (Lepidoptera: Crambidae)	208
Muhammad Sayuthi, Hasnah, Alfian Rusdy, Dwima	
Upaya Memproduksi Buah Jeruk Siam di Luar Musim dan Peningkatan Kualitas Buah Melalui Aplikasi Kalium Nitrat dan Pupuk Agrodyke	219
N. K. Alit Astiari, Luh Kartini, dan Putu Anom Sulistiawati	
Kajian Keragaan Agronomis dan Produktivitas Beberapa Varietas Unggul Baru Kedelai di Lahan Sawah Beriklim Kering	228
Nani Herawati, Ai Rosah A, Tantawizal, Yuliana Susanti, Awaludin Hipi	
Aplikasi Jenis dan Konsentrasi Pestisida Organik Terhadap Pengendalian Hama Penting Tanaman Brokoli	240
Christina. Leta Salaki, Vivi Bernadeth Montong	
Efektivitas Pupuk Hayati Penambat Nitrogen dan Pelarut Fosfat pada Tanaman Padi di Kecamatan Puyung Kabupaten Lombok Tengah NTB	248
Fitria Zulhaedar dan Titin Sugianti	
Biostatistik Sidat Perak Danau Poso	258
Martho Harry Melumpi1, Yunober Mberato, Daniel Limbong, Falerianus Dosi	
Tanggap Tanaman Kacang Hijau dengan Penambahan Kompos dan Penyiangan Di Tanah Inceptisol Narmada, Lombok Barat – NTB	269
Eka Widiastuti	

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Perbandingan Pendapatan Padi dan Pisang Klutuk di Lahan Sawah Desa Puhu Gianyar	279
I Dewa Gede Agung, I Wayan Widyantara	
Persepsi Petani Terhadap Usahatani Pisang Klutuk di Lahan Sawah Desa Buah Gianyar	286
I Wayan Sudarta, I Dewa Gede Agung	
Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Agrowisata Menunjang Pariwisata Berkelanjutan di Kintamani	292
IM. Sarjana dan IK Surya Diarta	

Pengaruh Karakteristik Petani Terhadap Tingkat Adopsi Dalam Usaha Tani Padi Metode SRI (<i>System of Rice Intensification</i>) di Kota Tarakan	306
Sekar Inten Mulyani, Hendris	
Konsep Penyuluhan untuk Pembangunan Pertanian Perkotaan di Kawasan Sungai Palu	313
Wildani Pingkan Suripurna Hamzens	
Strategi <i>Capacity Building</i> Lembaga Masyarakat Desa Hutan Konservasi (LMDHK “Wono Mulyo”) dalam Program <i>Social Forestry</i> pada Taman Nasional Meru Betiri	327
Diah Puspaningrum, Ati Kusmiati	
Struktur dan Jaringan Kelembagaan Pertanian dalam Proses Mendukung Kemandirian Petani pada Agribisnis Komoditas Padi (Studi Kasus di Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember)	339
Diah Puspaningrum, Ati Kusmiati, Sofia	
Faktor-Faktor Penentu Performa Kelompok Tani dan Pengaruhnya pada Penerapan Inovasi Pertanian: Pembelajaran dari Pulau Lombok	352
Nurul Hilmianti	
Persepsi Petani terhadap TIK untuk Mencari Informasi Pertanian: Kasus Kabupaten Lampung Selatan	362
Sumaryo, Kordiyana Koiyim Rangga	
Persepsi Petani terhadap Penetapan Subak sebagai Warisan Budaya Dunia (Kasus Subak Wangaya Betan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan)	369
Putu Fajar Kartika Lestari	
Pengetahuan Penyuluh Pertanian dan Implementasi Penyuluhan Teknologi Jajar Legowo 2: 1 di Daerah Istimewa Yogyakarta	379
Rahima Kaliky	
Aspek Kognitif, Afektif dan Konatif Penyuluh Pertanian terhadap Teknologi Jajar Legowo 2: 1 dalam Budidaya Padi Sawah di Daerah Istimewa Yogyakarta	388
Rahima Kaliky, Suparjana, Endang Wisnu dan Nur Hidayat	
Analisis Persepsi Petani Terhadap Upaya Penguatan Subak untuk Berperan Ganda	396
I N.G. Ustriyana, I W. Budiasa, I G.A. Lies Anggreni	

PENGEMBANGAN BISNIS

Manfaat Pemasaran Bahan Olah Karet Terorganisir di Sumatera Selatan	405
Yanter Hutapea dan Yohanes Amirullah	
Potensi Pengembangan Tanaman Talas Rawa Raksasa (<i>Cyrtosperma merkusii</i> (Hassk.) Schott) Melalui Sistem Agroforestri pada Lahan Rawa di Kabupaten Kepulauan Sangihe	418
Semuel Paulus Ratag, Adrian Paulus Pangemanan, Winda Mercedes Mingkid	
Pengaruh Jenis Kandang Terhadap Indeks Prestasi, Efisiensi Pakan, Konversi Pakan, dan Tingkat Mortalitas Ayam Broiler Pada Skala Usaha Peternakan Rakyat	427
Roni Maulana Yusup, Neng Teti Rusmayanti, Sauland Sinaga	
Digitalisasi Keuangan Pada <i>Supply Chain</i> Agribisnis Padi di Malang Raya, Jawa Timur, Indonesia	434
Agustina Shinta, Destyana Pratiwi, Novi Haryati	
Analisis Transformasi Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKM-A) Menjadi Lembaga Keuangan Mandiri Pedesaan	444
Herlina Tarigan dan Sahat Pasaribu	
Analisis Nilai Tambah pada Agroindustri Sirup Buah Pala di Kecamatan Padang Selatan Kota Padang	459
Dwi Evaliza, Cipta Budiman, Etika Annisa	
Pengembangan Perbibitan Ayam Lokal Kub Skala Kecil Model Inti-Plasma di Provinsi Nusa Tenggara Barat	471
Mardiana, Totok Blegoh Julianto dan Nurul Hilmiati	
Strategi Pengembangan Pemasaran Tanaman Anggrek (Studi Kasus PT. Bunga Indah Malino, Makassar, Sulawesi Selatan)	480
Muh. Hatta Jamil, A. Nixia Tenriawaru, Rusli M. Rukka, Rahmawaty A. Nadja, Muh. Arif Indra Jaya,SP.	
Analisis Kelayakan Finansial dan Manajemen Pemasaran Usaha Ternak Kambing Perah di Kabupaten Lampung Timur	491
Wan Abbas Zakaria, Erwanto, Teguh Endaryanto, Lidya Sari Mas Indah, Shinta Tantriadisti	
Analisis Kelayakan dan Model Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan dengan Pendekatan <i>Entrepreneurial Marketing</i>	505
Lili Winarti, Sri Herlina, Rokhman Permadi	

Kajian Potensi Subak Kerdung untuk Pengembangan Ekowisata di Kota Denpasar	519
A.A.Ayu Wulandira Sawitri Djelantik*, I Made Sudarma	

ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL DAN MANAJEMEN PEMASARAN USAHA TERNAK KAMBING PERAH DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

(Financial Feasibility Analysis and Dairy Goat Marketing Management System In Kabupaten Lampung Timur)

Wan Abbas Zakaria^{1*}, Erwanto², Teguh Endaryanto³, Lidya Sari Mas Indah⁴, Shinta Tantriadisti⁵

¹ Guru Besar Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung Jl Soemantri Brojonegoro No 1 Rajabasa Bandar Lampung.

² Dosen Jurusan Peternakan Universitas Lampung Jl Soemantri Brojonegoro No 1 Rajabasa Bandar Lampung.

^{3,4} Dosen Jurusan Agribisnis Universitas Lampung Jl Soemantri Brojonegoro No 1 Rajabasa Bandar Lampung.

⁵ Mahasiswa Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung Jl Soemantri Brojonegoro No 1 Rajabasa Bandar Lampung.

* *e-mail* Korespondensi : wan_abbas@yahoo.com, erwanto61@gmail.com, teguh_e@yahoo.com, lidya_masindah@yahoo.com, shinta.adisti@gmail.com

Telepon/HP: 0811726684 Penulis-1, 08127954677 Penulis-2, 08127924070 Penulis-3, 085269075837 Penulis-4, 081369288802Penulis-5

ABSTRACT

This research aims to: (1) Analyze financial feasibility of dairy goat business on Etawa Breeders Group Maju Jaya in Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. (2) Analyze goat milk marketing management on Etawa Breeders Group Maju Jaya in Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. This research was conducted on Etawa Breeders Group Maju Jaya in Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. The research was conducted on October - November 2017. Data used in this study are primary data and secondary data. The method used in determining the sample in this study is a purposive sampling method. Analysis that used to process the data in this study is quantitative analysis, which is financial feasibility analysis (Net B/C, Gross B/C, IRR, NPV, and PP) and descriptive qualitative analysis. The results of the research can be summarized as follows: (1) Dairy goat business conducted by Etawa Breeders Group Maju Jaya in Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur worthy continued until 2021 for 1st respondent, until 2024 for 2nd respondent, and until 2020 for 3rd respondent. (2) Marketing management seen from the marketing mix conducted by Etawa Breeders Group Maju Jaya in Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur is quite optimal because the products offered by breeders can be sold regularly.

Keywords : *Financial Feasibility ;Dairy Goat;Kabupaten Lampung Timur;Marketing Management*

PENDAHULUAN

Susu merupakan salah satu bahan pangan yang mengandung protein hewani yang sangat penting bagi tubuh manusia dan mempunyai kandungan nutrisi yang lengkap dan seimbang. Berdasarkan data Neraca Bahan Makanan (NBM), ketersediaan susu untuk konsumsi pada periode tahun 2012 – 2016 terdiri dari dua jenis, yaitu susu sapi dan susu impor. Ketersediaan susu dalam negeri sebanyak 79,93% dipasok dari susu impor, sementara itu susu sapi hanya memberikan kontribusi sebesar 20,07% (Pusdatin Pertanian, 2016).

Agar dapat mengurangi impor susu dari negara lain dalam rangka memperkuat ketahanan pangan nasional, maka produksi susu dalam negeri harus ditingkatkan. Di sisi lain, produksi susu dalam negeri masih sulit berkembang karena banyak kendala yang dihadapi peternak. Salah satu penyebabnya adalah populasi sapi ternak turun dari 611.940 ekor pada tahun 2012 menjadi 525.171 ekor pada 2015 atau turun 16,5 persen (Julianto, 2016).

Kendala lainnya adalah peternak sapi di Indonesia diusahakan dalam skala usaha kecil dengan teknologi yang tradisional sehingga banyak penyakit yang menyerang ternak sapi, baik yang menular maupun tidak menular yang masih sulit diatasi oleh para peternak. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan susu nasional adalah dengan mencari sumber ternak lain penghasil susu, seperti kambing dan kerbau.

Ternak kambing perah menjadi salah satu solusi yang diambil pemerintah untuk dapat meningkatkan produksi susu nasional. Hal ini dikarenakan ternak kambing perah mampu beradaptasi dan lebih mudah ditenakkan di seluruh daerah di Indonesia, dibandingkan ternak kerbau. Dilihat dari aspek pengembangannya, ternak kambing perah sangat potensial karena umur kedewasaan dan umur kebuntingan ternak kambing lebih pendek dibandingkan dengan ternak sapi atau kerbau.

Susu kambing merupakan salah satu solusi meningkatkan produksi susu nasional agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Susu kambing memiliki berbagai macam manfaat, yaitu akan membantu mengatasi gangguan kesehatan seperti kelebihan asam lambung (kembung), maag kronis; alergi pada kulit dan organ tubuh (pernapasan dan pencernaan), asma, TBC dan lain-lain (Rasyid, 2009).

Selain manfaat mengatasi gangguan kesehatan, susu kambing juga memiliki kelebihan jika dibandingkan susu kuda/susu sapi, yaitu mempunyai khasiat antiseptik alami yang menekan pertumbuhan bakteri jahat, aman dikonsumsi tubuh (untuk pencernaan), menekan timbulnya reaksi alergi, mempunyai kandungan zat anti kanker (*cancer*), dan aman dikonsumsi bagi balita yang alergi terhadap susu sapi atau yang lainnya (Rasyid, 2009).

Provinsi Lampung menduduki urutan ke-8 sebagai produsen susu di Indonesia dengan produksi 681 ton pada tahun 2016. Produksi susu di Provinsi Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2009 – 2016. Laju peningkatan produksi susu terbesar terjadi pada tahun 2015, yaitu sebesar 26,83% atau terjadi peningkatan produksi susu dari 223 ton pada tahun 2014 menjadi 678 ton pada tahun 2015 (Badan Pusat Statistik, 2016).

Produksi susu di Provinsi Lampung berasal dari susu sapi dan susu kambing. Produksi susu kambing jika dibandingkan dengan susu sapi di Provinsi Lampung masih jauh lebih rendah, oleh karena itu Provinsi Lampung mulai mengembangkan produksi susu kambing sebagai penunjang pemenuhan kebutuhan susu di Provinsi Lampung. Salah satu sentra produksi susu kambing di Provinsi Lampung adalah di Kabupaten Lampung Timur, yaitu di Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari. Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur ditetapkan oleh TP4K sebagai daerah sentra pengembangan kambing perah. Kelompok Peternak Kambing Etawa Maju Jaya yang merupakan kelompok peternak kambing perah yang aktif di Kecamatan Batanghari.

Kelompok Peternak Kambing Etawa Maju Jaya dapat menghasilkan rata-rata 100 – 150 liter/hari dari 480 ekor kambing. Harga jual susu dari anggota ke kelompok Rp17.000/liter. Susu kambing dipasarkan dengan harga jual Rp30.000/liter untuk susu kambing cair dan Rp100.000/kilogram untuk susu bubuk di tingkat konsumen. Perbedaan harga dari harga jual susu asli yang belum diproses dan susu yang sudah dipasteurisasi ataupun yang sudah diolah menjadi susu bubuk cukup tinggi. Selain itu, daerah pemasaran susu kambing baik susu *pasteurisasi* maupun susu bubuk sangat terbatas yakni baru mencakup beberapa daerah seperti Kabupaten Lampung Timur, Kota Metro, dan Kota Bandar Lampung.

Kebutuhan susu nasional masih belum dapat dipenuhi oleh produksi susu dalam negeri, sebagian besar (78,8%) dari kebutuhan susu nasional masih dipenuhi dari impor. Susu yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah susu sapi. Selain susu sapi, susu juga dapat diperoleh antara lain dari kedelai, kerbau, kuda, dan kambing. Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan susu nasional adalah dengan mengkonsumsi susu kambing.

Susu kambing memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan susu sapi, yaitu memiliki umur kedewasaan dan umur kebuntingan ternak kambing lebih pendek dibandingkan dengan ternak sapi atau kerbau sebagai ternak *ruminansia* besar, selain itu susu kambing lebih mudah diserap oleh tubuh, dan rendah lemak serta dapat dijadikan bahan baku untuk kosmetik.

Ternak kambing perah memiliki potensi yang sangat menjanjikan dilihat dari kebutuhan susu yang belum terpenuhi di masyarakat. Selain menghasilkan susu, ternak kambing perah juga dapat menghasilkan penghasilan tambahan berupa anak kambing yang dapat dijual untuk dijadikan hewan kurban, aqiqah, atau untuk memenuhi kebutuhan daging masyarakat.

Di Provinsi Lampung, ternak kambing perah belum banyak dilakukan oleh para peternak. Hal ini karena terkendala oleh beberapa masalah utama, antara lain biaya pakan yang tinggi dalam melakukan usaha ternak kambing di Kabupaten Lampung Timur. Pakan hijauan yang ada di Kabupaten Lampung Timur tidak beragam, hanya menggunakan daun ubi kayu fermentasi saja. Penggunaan pakan yang tidak beragam dikhawatirkan akan mengganggu proses usaha ternak kambing apabila harga pakan tiba-tiba melonjak tinggi sehingga peternak kesulitan untuk mendapatkan atau membelinya atau apabila ketersediaan dari daun ubi kayu tersebut berkurang atau menjadi langka karena paceklik atau alasan lainnya.

Observasi lapang pada September 2018 menunjukkan bahwa biaya pakan merupakan komponen utama (40%) dari biaya produksi. Pada tahun 2012 (saat mulai beternak kambing

perah), harga pakan hijauan daun singkong fermentasi sebesar Rp150.000,00 per mobil pickup kecil naik sebesar 100% menjadi Rp300.000,00 pada tahun 2017 yang tidak sebanding dengan kenaikan harga jual susu kambing dari Rp15.000,00/liter pada tahun 2012 menjadi Rp17.000,00/liter pada tahun 2017 atau hanya meningkat sebesar 13,33%.

Hal lain yang menjadi kendala adalah hasil susu kambing belum mampu memenuhi kapasitas minimum mesin pengolahan susu kambing di kelompok sehingga biaya pengolahan susu kambing menjadi besar. Kondisi ini menyebabkan adanya perbedaan harga yang cukup tinggi antara harga di tingkat produsen dan di tingkat konsumen.

Selain masalah-masalah tersebut, inflasi yang terjadi di Indonesia juga mempengaruhi harga-harga bahan-bahan lain yang digunakan dalam ternak kambing perah. Oleh karena itu permasalahan penelitian yakni apakah usaha ternak kambing perah layak untuk diusahakan?

Permasalahan lain yang dihadapi adalah masalah pemasaran. Pemasaran susu kambing masih belum mencakup banyak tempat dan terbilang masih cukup sempit. Pemasaran susu kambing baru berada di sekitar Kabupaten Lampung timur, Kota Metro, dan Bandar Lampung. Di daerah Kota Metro dan Bandar Lampung pun, pemasaran susu kambing lokal masih belum mencakup banyak daerah kecamatan dan belum memasuki wilayah minimarket dan supermarket.

Selain itu, konsumen juga belum banyak yang mengetahui informasi mengenai produk susu kambing, baik informasi mengenai cara mengkonsumsinya, tempat maupun cara pembeliannya, serta perbandingannya dengan susu sapi. Pengetahuan yang beredar di masyarakat luas hanyalah mengenai manfaat-manfaat susu kambing untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit dan digunakan sebagai bahan baku kosmetik. Hal ini menyebabkan susu kambing memiliki citra yang eksklusif yang memiliki harga yang tinggi.

Masalah lain dalam pemasaran susu kambing adalah kurangnya informasi mengenai produk susu kambing, baik informasi mengenai kandungan gizi, masa kadaluarsa, manfaat yang dapat diperoleh bila mengkonsumsi susu kambing, merek dan kemasan yang sederhana dan belum ada standar mutu.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis kelayakan finansial usaha ternak kambing perah di Kelompok Peternak Kambing Etawa Maju Jaya di Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. (2) Menganalisis manajemen pemasaran susu kambing di Kelompok Peternak Kambing Etawa Maju Jaya di Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah Kelompok Peternak Kambing Etawa Maju Jaya di Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. Lokasi ini dipilih secara sengaja karena merupakan sentra ternak kambing perah di Provinsi Lampung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Jumlah responden peternak 3 orang; responden 1 membeli kambing perah pada periode 2012 (15 ekor) dan 2013 (10 ekor); responden 2 membeli kambing perah pada periode 2015 (20 ekor) dan responden 3

membeli kambing perah periode 2011 (10 ekor), 2012 (10 ekor) dan 2013 (5 ekor). Pengambilan data dilakukan pada bulan Oktober – Desember 2017.

Analisis Kelayakan Finansial

1. Net Benefit Cost Ratio B/C

$$N/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{b_t - c_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{c_t - b_t}{(1+i)^t}}$$

Dimana:

Net B/C = Net Benefit Cost Ratio

b_t = benefit/penerimaan bersih tahun t

c_t = cost/biaya pada tahun t

i = tingkat suku bunga

t = tahun

Periode yang ditetapkan untuk melakukan analisis finansial usaha kambing perah ini diambil berdasarkan umur bangunan yang terlama dapat digunakan (kandang dan gudang pakan serta gudang kotoran) yaitu 10 tahun.

Kriteria kelayakan: (a) jika *net B/C* > 1, maka investasi dikatakan layak (*feasible*); (b) jika *net B/C* < 1, maka investasi dikatakan tidak layak (*no feasible*); dan (c) jika *net B/C* = 1, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point*.

2. Gross Benefit Cost Ratio (Gross B/C)

$$G \quad \frac{B}{C} = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{b_t}{(1+i)^t} \right)}{\sum_{t=1}^n \left(\frac{c_t}{(1+i)^t} \right)}$$

Dimana:

Gross B/C = Gross Benefit Cost Ratio

b_t = benefit/penerimaan bersih tahun t

c_t = cost/biaya pada tahun t

i = tingkat suku bunga

t = tahun

Kriteria kelayakan: (a) jika *Gross B/C* > 1, maka investasi dikatakan layak (*feasible*); (b) jika *Gross B/C* < 1, maka investasi dikatakan tidak layak (*no feasible*); dan (c) jika *Gross B/C* = 1, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point*.

3. Payback Period

$$P = \frac{K_0}{A} \times 1 t_i \text{ hu}$$

Dimana:

K_0 = investasi awal

Ab = manfaat bersih yang diperoleh dari setiap periode

Kriteria kelayakan: (a) Bila masa pengembalian (PP) lebih pendek dari umur ekonomis proyek, maka proyek menguntungkan dan layak untuk dijalankan; (b) Bila masa pengembalian (PP) lebih lama dari umur ekonomis proyek, maka proyek tidak layak untuk dikembangkan/dijalankan.

4. *Net Present Value* (NPV)

$$N = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

Dimana:

NPV = Net Present Value

Bt = *benefit*/manfaat

Ct = *cost*/biaya

i = tingkat suku bunga

t = waktu

Net Present Value (NPV) atau nilai tunai bersih, merupakan metode yang menghitung selisih antara manfaat atau penerimaan dengan biaya atau pengeluaran. Kriteria kelayakan:(a) jika NPV > 0, maka investasi dikatakan layak (*feasible*); (b) jika NPV < 0, maka investasi dikatakan tidak layak (*no feasible*); dan (c) jika NPV = 0, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point*.

5. *Internal Rate of Return* (IRR)

$$I = i_1 + \left[\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right] (i_2 - i_1)$$

Dimana:

NPV₁ = *Net Present Value* positif

NPV₂ = *Net Present Value* negatif

i₁ = tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV₁

i₂ = tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV₂

Internal Rate of Return (IRR) merupakan suatu tingkat bunga yang menunjukkan nilai bersih sekarang (NPV) sama dengan jumlah seluruh investasi proyek atau dengan kata lain tingkat bunga yang menghasilkan NPV sama dengan nol. Kriteria kelayakan sebagai berikut : (a) jika IRR > i, maka investasi dinyatakan layak (*feasible*); (b) jika IRR < i, maka investasi dinyatakan tidak layak (*no feasible*); (c) jika IRR = i, maka investasi berada pada posisi *Break Event Point*.

6. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas mencoba melihat realitas suatu proyek yang didasarkan pada kenyataan bahwa proyeksi suatu rencana proyek sangat dipengaruhi unsur-unsur ketidakpastian mengenai apa yang akan terjadi di masa yang akan datang (Gittinger, 1993). Laju kepekaan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Laju Kepekaan} = \frac{\frac{X_1 - X_0}{\bar{X}}}{\frac{Y_1 - Y_0}{\bar{Y}}} \times 1$$

Dimana:

X_1 = NPV / IRR / *Net B/C ratio* / PP setelah terjadi perubahan

X_0 = NPV / IRR / *Net B/C ratio* / PP sebelum terjadi perubahan

\bar{X} = rata-rata perubahan NPV / IRR / *Net B/C ratio* / PP

Y_1 = harga jual / biaya produksi / produksi setelah terjadi perubahan

Y_0 = harga jual / biaya produksi / produksi sebelum terjadi perubahan

\bar{Y} = rata-rata perubahan harga jual / biaya produksi / produksi

Kriteria laju kepekaan: (a) Jika nilai laju kepekaan > 1 , maka hasil kegiatan usaha peka/sensitif terhadap perubahan; dan (b) jika nilai laju kepekaan < 1 , maka hasil kegiatan usaha tidak peka/tidak sensitif terhadap perubahan (Kadariyah, 2001)

Untuk menjawab tujuan kedua, digunakan analisis deskriptif kualitatif menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari beberapa unsur atau variabel, yaitu produk (*product*), struktur harga (*price*), saluran distribusi (*place*), kegiatan promosi (*promotion*).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat yang dibutuhkan).

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kelayakan Finansial Usaha Ternak Kambing Perah

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh peternak untuk melakukan usaha ternak kambing perah meliputi biaya investasi kandang yakni: gudang pakan, gudang kotoran, bibit jantan dan bibit betina, serta peralatan; dan biaya variabel yang terdiri dari: pakan, obat-obatan, tenaga kerja, perlengkapan, transportasi, serta biaya administrasi dan lain-lain. Biaya terbesar yang dikeluarkan dalam usaha ternak kambing perah dalam setahun adalah biaya pakan, selanjutnya biaya tenaga kerja, lalu kandang kambing. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh para peternak untuk melakukan usaha kambing perah di Kabupaten Lampung Timur hampir homogen karena para peternak melakukan usaha berdasarkan SOP yang diajarkan oleh Kelompok Ternak Maju Jaya.

Keuntungan dari usaha ternak kambing perah ini diperoleh dari hasil pengurangan total penerimaan yang berasal dari penjualan susu kambing, kotoran kambing, *urine* kambing, serta kambing anakan (“cempes”) dikurangi dengan biaya total (biaya investasi awal beserta biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya lain-lain). Keuntungan dari tiap-tiap responden setiap tahunnya selama 10 tahun berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat pada Tabel 2,3, dan 4.

Tabel 2. Keuntungan Usaha Ternak Kambing Perah/Tahun (Responden 1)

No	Tahun	Penerimaan Total (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	2012	46.218.750	140.150.956	-93.932.206
2	2013	77.350.000	112.135.000	-34.785.000
3	2014	94.511.250	35.500.000	59.011.250
4	2015	105.266.250	55.180.500	50.085.750
5	2016	112.052.500	60.598.500	51.454.000
6	2017	99.272.500	55.304.500	43.968.000
7	2018	117.538.750	105.459.500	12.079.250
8	2019	155.107.500	116.581.000	38.526.500
9	2020	191.642.500	78.483.000	113.159.500
10	2021	635.232.500	104.125.000	531.107.500

Sumber : Data primer (diolah), 2017

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada tahun pertama dan kedua, peternak responden 1 mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan terdapat biaya investasi yang jumlahnya besar yang dikeluarkan oleh peternak responden 1 pada tahun-tahun tersebut. Akan tetapi, setiap tahun selain tahun pertama dan tahun kedua, peternak responden 1 mengalami keuntungan. Keuntungan mulai didapatkan dari penambahan jumlah kambing perah (pembelian kambing di tahun 2012 dan 2013), jumlah susu yang dihasilkan, penjualan anak kambingjantan, serta urine/kotoran kambing.

Pada Tabel 3 terlihat bahwa peternak Responden 2 hanya mengalami kerugian pada tahun pertama yang disebabkan adanya biaya investasi yang besar yang dikeluarkan pada tahun pertama usaha dan pada tahun ketujuh. Selain dari tahun-tahun tersebut, peternak mendapatkan keuntungan dalam menjalankan usaha ternak kambing perah.

Tabel 3. Keuntungan Usaha Ternak Kambing Perah/Tahun (Responden 2)

No	Tahun	Penerimaan Total (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	2015	31.025.000	165.183.619	-134.158.619
2	2016	62.050.000	34.855.000	27.195.000
3	2017	83.262.500	39.862.500	43.400.000
4	2018	83.475.000	44.752.500	38.722.500
5	2019	109.750.000	84.475.000	25.275.000

6	2020	59.647.500	41.458.500	18.189.000
7	2021	99.072.500	113.208.500	-14.136.000
8	2022	133.475.000	72.638.000	60.837.000
9	2023	159.647.500	147.147.000	12.500.500
10	2024	582.207.500	105.583.500	476.624.000

Sumber : data primer (diolah), 2017

Berdasarkan Tabel 4, peternak responden 3 mengalami kerugian yang diakibatkan dari besarnya biaya investasi yang harus dikeluarkan pada tahun pertama, kedua, dan ketujuh. Selain tahun-tahun tersebut, peternak responden 3 mengalami keuntungan pada usaha usaha ternak kambing perah yang dilakukan.

Tabel 4. Keuntungan Usaha Ternak Kambng Perah/Tahun (Responden 3)

No	Tahun	Biaya Total		
		Penerimaan Total (Rp)	(Rp)	Keuntungan (Rp)
1	2011	30.812.500	127.934.972	-97.122.472
2	2012	61.837.500	115.590.000	-53.752.500
3	2013	88.062.500	58.682.500	29.380.000
4	2014	98.881.250	66.217.500	32.663.750
5	2015	110.817.500	64.690.500	46.127.000
6	2016	106.596.250	63.901.500	42.694.750
7	2017	117.750.000	120.125.500	-2.375.500
8	2018	141.557.500	81.381.000	60.176.500
9	2019	180.150.000	163.075.000	17.075.000
10	2020	603.561.250	125.737.500	477.823.750

Sumber : data primer (diolah), 2017

Oleh karena usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh para peternak memiliki umur proyek 10 tahun, maka agar dapat mengetahui apakah usaha ternak kambing perah yang dilakukan di Kelompok Ternak Maju Jaya Desa Banar Joyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur layak atau tidak, maka dilakukan analisis kelayakan finansial dengan hasil perhitungan tertera pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh ketiga responden di Kelompok Ternak Maju Jaya Desa Banar Joyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur layak untuk dilakukan. Nilai *NPV*, *IRR*, *Net B/C*, *Gross B/C* didapat dari hasil perhitungan berdasarkan tingkat suku bunga KUR sebesar 9%.

Responden 1 memiliki nilai *NPV* sebesar Rp549.491.515,96 yang berarti bahwa keuntungan yang diterima oleh peternak responden 1 selama 10 tahun apabila dihitung berdasarkan nilai mata uang sekarang, adalah sebesar Rp549.491.515,96. Nilai *IRR* sebesar 37,41 persen menunjukkan bahwa usaha peternak kambing perah responden 1 merupakan unit usaha yang menguntungkan. *Net B/C* menunjukkan bahwa ratio keuntungan peternak responden 1 dalam berinvestasi adalah sebesar 5,69. *Gross B/C* menunjukkan bahwa ratio

keuntungan peternak responden 1 dengan biaya yang dikeluarkan untuk usaha ternak kambing perah adalah sebesar 1,59. *Payback periode* merupakan jangka waktu pengembalian modal atas biaya investasi yang dikeluarkan oleh peternak responden 1, yaitu 6 tahun 1 bulan. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka disimpulkan bahwa usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh peternak responden 1 adalah layak lanjutkan.

Adapun keuntungan yang diterima oleh peternak responden 2 selama 10 tahun apabila dihitung berdasarkan nilai mata uang sekarang adalah sebesar Rp282.201.497,53. Nilai *IRR* sebesar 29,42 persen, *Net B/C* 4,27 dan *Gross B/C* sebesar 1,41 dengan *Payback periode* yaitu 7 tahun 8 bulan. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka kesimpulan mengenai usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh peternak responden 2 adalah layak untuk diusahakan dan dilanjutkan.

Responden 3 memiliki nilai *NPV* sebesar Rp375.696.135,46; Nilai *IRR* sebesar 26,08 persen, *Net B/C* = 2,84, *Gross B/C* = 1,33 dan *Payback periode* sebesar 7 tahun 10 bulan dengan demikian maka usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh peternak responden 3 adalah layak untuk dilakukan dan dilanjutkan.

Tabel 5. Perhitungan NPV, IRR, *Net B/C*, *Gross B/C*, *Payback Periode* Responden 1, 2, dan 3

No	Unit Usaha	NPV Rp	IRR (%)	Net B/C	Gross B/C	Payback Periode	Kesimpulan
1	Responden 1	549.491.515,96	37,41	5,69	1,59	6 tahun 1 bulan	Layak
2	Responden 2	282.201.497,53	29,42	4,27	1,41	7 tahun 8 bulan	Layak
3	Responden 3	375.696.135,46	26,08	2,84	1,33	7 tahun 10 bulan	Layak

Sumber : data primer (diolah), 2017

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas (Tabel 6), usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh responden peternak 1, 2, dan 3 berdasarkan nilai NPV, *Net B/C*, *IRR*, dan *PP* menunjukkan bahwa unit usaha kambing perah merupakan unit usaha yang peka atau sensitif terhadap kenaikan harga pakan 25% dan tingkat suku bunga sebesar 13,5%. Walaupun analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha ternak kambing yang dilakukan oleh responden 1, 2, dan 3 sebagian peka terhadap kenaikan harga pakan dan tingkat suku bunga, namun NPV yang diperoleh oleh peternak responden 1, 2, dan 3 masih bernilai positif atau masih mendapatkan keuntungan.

Oleh karena itu usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh peternak responden 1, 2, dan 3 masih layak untuk dilakukan. Bahkan, apabila kenaikan harga pakan dan tingkat suku bunga terjadi dalam waktu yang bersamaan sebesar 25% dan 13,5%, NPV yang diperoleh akan bernilai positif. Hal ini berarti bahwa peternak responden 1, 2, dan 3 akan mengalami keuntungan dan usaha ternak kambing perah masih layak untuk dilakukan.

Berdasarkan uraian pembahasan mengenai analisis kelayakan finansial usaha ternak kambing perah dengan menggunakan skenario proyeksi, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ternak kambing perah di Kabupaten Lampung Timur layak untuk dilakukan dan dilanjutkan. Akan tetapi, masih diperlukan adanya pendampingan dan penguatan oleh pemerintah terutama dalam hal manajemen usaha, sistem penjaminan mutu dan standarisasi, serta pengembangan pemasaran.

Pendampingan yang diperlukan antara lain mengenai cara membuat pakan yang berkualitas secara mandiri oleh peternak agar dapat mengurangi biaya pakan yang tinggi dan mengenai cara meningkatkan produksi susu yang dihasilkan ternak kambing di Kabupaten Lampung Timur agar dapat mempersingkat masa pengembalian modal serta mengenai mutu dan higienitas produk susu yang dihasilkan baik di tingkat peternak maupun di tingkat industri pengolahan susu kambing agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada produk susu kambing yang dihasilkan.

Analisis Manajemen Pemasaran

Analisis manajemen pemasaran yang dilakukan oleh para peternak akan diteliti secara kualitatif menggunakan teori bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2012).

Produk (*Product*)

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, produk susu kambing perah yang dihasilkan berupa susu kambing yang berbentuk cair. Susu kambing tersebut lalu dimasukkan ke dalam kemasan plastik bening sebanyak 1 liter kemudian diikat menggunakan karet selanjutnya dibekukan ke dalam *freezer* agar dapat bertahan cukup lama. Susu kambing yang diperah, harus langsung dimasukkan ke dalam wadah plastik atau selambat-lambatnya 30 menit setelah diperah agar tidak terkontaminasi bau tak sedap serta kotoran dari luar.

Susu kambing yang diperah oleh peternak tidak dilakukan proses lebih lanjut, hanya dikemas dalam wadah plastik dan diikat karet lalu dimasukkan ke dalam *freezer*. Hal ini dilakukan untuk mencegah agar susu kambing dapat bertahan hingga beberapa hari. Apabila dirasa sudah cukup banyak, setelah 3-4 hari, para peternak biasanya menjual susu kambing yang telah dikumpulkan ke Kelompok Ternak Maju Jaya.

Susu kambing yang diperah oleh para peternak hanya dikemas dalam kemasan yang sangat sederhana tanpa pengolahan lebih lanjut dan tanpa merek dagang khusus. Para peternak ada juga melakukan proses pembekuan susu kambing yang baru diperah agar dapat bertahan cukup lama hingga mereka menjual kepada pengumpul tingkat I atau kepada kelompok. Produk susu kambing yang mereka jual kepada kelompok ataupun pengumpul hanya berupa susu kambing cair yang dibekukan.

Harga (*Price*)

Harga susu kambing yang dijual ke kelompok dan ke pembeli dari luar sedikit berbeda. Harga susu yang dijual ke kelompok adalah Rp17.000/liter sedangkan susu kambing yang dijual ke pembeli dari luar Lampung harganya Rp18.000/liter. Harga ini merupakan harga yang ditetapkan oleh kelompok atau pembeli berdasarkan harga pasaran. Pembeli biasanya membayar secara kontan untuk produk susu kambing yang telah dibeli. Jual beli susu kambing biasanya dilakukan di rumah peternak.

Harga jual susu di tingkat peternak jika dibandingkan dengan harga jual susu di tingkat konsumen sangatlah jauh berbeda, harga jual susu kambing di tingkat konsumen akhir sebesar Rp30.000,00/liter. Hal ini terjadi karena pengolahan yang dilakukan oleh pengumpul tingkat 1 di Kabupaten Lampung Timur tidak efisien, dimana jumlah susu yang diolah di industri pengolahan susu tersebut baru mampu memenuhi sekitar 30-40% dari kapasitas mesin pengolahan yang ada. Hal ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya, yaitu mengenai efisiensi sistem pemasaran susu kambing di Provinsi Lampung.

Distribusi (*Place*)

Susu kambing yang dihasilkan oleh para peternak Kelompok Ternak Maju Jaya dijual ke kelompok atau diambil langsung oleh para pembeli dari luar. Para peternak tidak secara langsung mendistribusikan susu kambing yang telah dikumpulkan ke daerah lain. Hal ini dikarenakan di Kecamatan Batanghari sendiri sudah terdapat tempat industri pengolahan susu yang berjarak tidak jauh dari kandang ternak kambing perah, yakni 5 – 10 km dari kandang ternak.

Harga yang ditawarkan oleh kelompok untuk membeli dan menampung susu hasil produksi para peternak juga tidak jauh berbeda dengan harga yang ditawarkan oleh pembeli dari luar, oleh karena itu para peternak lebih memilih untuk menjual dan mendistribusikan susu hasil produksinya ke kelompok apabila sedang tidak ada pesanan langsung dari pembeli luar.

Penjualan susu kambing hasil produksi ke pembeli luar pun tidak didistribusikan secara langsung oleh para peternak, akan tetapi para pembeli yang sudah memesan melalui fasilitas alat komunikasi (HP) mengambil langsung susu kambing tersebut ke tempat para peternak.

Pembeli dari luar kelompok biasanya adalah pengumpul tingkat I yang mencari suply susu kambing murni yang akan digunakan sebagai bahan baku untuk diolah menjadi susu kambing bubuk atau bahan kosmetik dari berbagai macam daerah, seperti Palembang dan Batam. Pembeli tersebut mengetahui keberadaan para peternak dari informasi para teman atau saudara peternak yang berada di daerah tersebut.

Promosi (*Promotion*)

Penjualan susu kambing etawa yang dihasilkan oleh Kelompok Ternak Maju Jaya dilakukan secara langsung. Para peternak tidak melakukan promosi melalui media cetak ataupun elektronik terhadap produk susu kambing yang dihasilkan. Penjualan susu kambing

selama ini dilakukan oleh para peternak ke kelompok secara langsung atau ke pembeli yang mengetahui produk susu kambing dari informasi perorangan.

Para peternak merasa tidak bermasalah dengan tidak mempromosikan produk susu kambingnya karena apabila tidak ada pembeli dari luar, maka mereka dapat menjual produk susu kambingnya ke Kelompok Ternak Maju Jaya dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan apabila produk susu kambing dijual ke pembeli luar. Oleh karena produksi susu kambing yang dihasilkan oleh para peternak belum terlalu banyak dan persaingan yang terjadi antar peternak juga belum terlalu kuat, maka para peternak merasa belum perlu untuk melakukan promosi melalui media cetak atau elektronik untuk dapat menjual susu kambing hasil produksinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan disimpulkan:

Usaha ternak kambing perah yang dilakukan oleh peternak Kelompok Ternak Maju Jaya Desa Banar Joyo, Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur merupakan unit usaha yang layak diusahakan, pola pembelian kambing perah responden 1 di tahun pertama dan kedua lebih menguntungkan dibandingkan dengan pola pembelian responden 3 pada tahun pertama, kedua dan ketiga. Manajemen pemasaran yang dilihat dari bauran pemasaran yang dilakukan oleh peternak Kelompok Ternak Maju Jaya Desa Banar Joyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur sudah cukup optimal karena produk-produk yang ditawarkan oleh peternak dapat laku terjual secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat statistik. 2016. Produksi Susu Segar Menurut Provinsi, 2009-2016. Diakses dari <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1083> pada Tanggal 1 Maret 2017.
- Gittinger, J P. 1993. Analisa Proyek-proyek Pertanian. UI Press. Jakarta.
- Julianto, P A. 2016. Ketika Kebutuhan Susu Nasional dikuasai Asing. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/05/27/203804326/menteri.saleh.potensi.pasar.industri.pengolahan.susu.masih.besar> diakses tanggal 1 Maret 2017.
- Kadariah. 2001. *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.
- Kotler, P; Armstrong, G. 2012. Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Nitisemito, A.S, dan M.U. Burhan. 2004. *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Pusdatin Pertanian. 2016. Outlook Susu Komoditas Pertanian Subsektor Peternakan. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Sekretariat Jendral - Kementerian Pertanian.

Agustina, T. Nuryati,L;Yasin A (ed). <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/outlook/2016/Peternakan/OUTLOOK%20SUSU%202016/files/assets/common/downloads/OUTLOOK%20SUSU%202016.pdf>. Diakses tanggal 12 Desember 2017.

Rasyid, I N I. 2009. Nilai Gizi dan Manfaat Susu Kambing. Universitas Jendral Soedirman. Purwokerto.