

LEMBAR PENGESAHAN

**SALURAN PEMASARAN PADA TERNAK KAMBING KACANG DI
KECAMATAN BONGOMEME KABUPATEN GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh :

**Cristy Purwasih
NIM. 621410081**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 25 Agustus 2017

Waktu : 03.00-05.00 WITA

Penguji :

1. Safriyanto Dako, S.Pt, M.Si
NIP. 19730321 200312 1 001

(.....)

2. Ir. Nibras Karnain Laya, MP
NIP. 19661206 200112 2 001

(.....)

3. Fahrul Ilham S.Pt, M.Si
NIP. 19800607 200501 1 002

(.....)

4. Ir Syukri Gubali MP
NIP. 19650514 199403 1 003

(.....)

Gorontalo, Agustus 2017

Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Mohamad Ikbal Bahua, SP, M.Si
NIP. 19720425 200112 1 003



PERSETUJUAN PEMBIMBING

**SALURAN PEMASARAN PADA TERNAK KAMBING KACANG DI
KECAMATAN BONGOMEME KABUPATEN GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh :

**Cristy Purwasih
NIM. 621410081**

Telah diperiksa dan disetujui

Dosen Pembimbing I



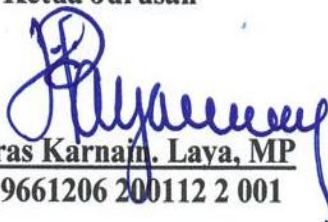
**Safriyanto Dako, S.Pt, M.Si
NIP. 19730321 200312 1 001**

Dosen Pembimbing II



**Ir. Nibras Karnain Laya, MP
NIP 19661206 200112 2 001**

**Mengetahui:
Ketua Jurusan**



**Ir. Nibras Karnain. Laya, MP
NIP. 19661206 200112 2 001**

Cristy Purwasih. 2017. Saluran Pemasaran Ternak Kambing Kacang. Seminar I. Program Studi S1 Peternakan, Jurusan Peternakan, Fakultas Ilmu Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo. Di bawah bimbingan Bapak Safriyanto Dako S.Pt, M.Si, Dan Ibu Ir. Hj. Nibras Karnain Laya. MP

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran ternak kambing, margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran serta mengetahui keuntungan lembaga-lembaga pemasaran ternak kambing di Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini menggunakan metode survey. Data yang dihimpun adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pengecer yang melakukan usaha jual beli ternak kambing yang terdapat di pasar hewan sebanyak 30 pedagang. Pengambilan sampel dilakukan secara *Total Sampling* atau secara jenuh, yaitu terdiri dari 30 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian Penyaluran Ternak Kambing dari produsen ke konsumen menggunakan beberapa macam saluran distribusi yaitu Produsen → Pedagang Besar → Konsumen

Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar pada pola saluran I yaitu sebesar Rp 175.000 dan farmer's share sebesar 90,97 %. Pada pola saluran II pedagang pengecer memperoleh margin sebesar Rp 300.000 dan farmer's share sebesar 85,45 %. Pola saluran pemasaran I dan pola saluran pemasaran II Ternak Kambing Kacang di Pasar Kaliyoso, Kecamatan Bongomeme, Kabupaten Gorontalo termasuk dalam kategori efisien, dimana hal ini dapat dilihat dari nilai efisiensi Pemasaran, Pada Pola Saluran I Nilai EP = 2,43% dan Pada Pola Saluran II Nilai EP = 2,67 %.

Kata kunci: Saluran Pemasaran, Kambing Kacang

Cristy Purwasih. 2016. Marketing Channel of Kacang Goat. Seminar I. Bachelor Study Program of Animal Husbandry, Department of Animal Husbandry, Faculty of Agricultural Sciences, State University of Gorontalo. It was supervised by Safriyanto Dako, S.Pt., and Ir. Hj. Nibras Karnain Laya, MP.

ABSTRACT

This research aimed at discovering marketing channel of goat, and marketing margin at each marketing agencies as well as knowing the benefits of goat's marketing agencies, at Sub district of Bongomeme District of Gorontalo. This research uses survey method. The data collected are primary and secondary data. Population of this research is all retailers who do business of buying and selling goats in the animal market for 30 traders. Sampling is done by Total Sampling or saturated, that consists of 30 participants. Analysis used in this research is descriptive analysis. The research results of distributing goats from producers to consumers using several kinds of distribution channels i.e. Producers → Wholesalers → Consumers

Producers → Wholesalers → Retailers → Consumers

Marketing margin obtained by wholesalers on channel pattern I is IDR 175.000 and farmer's share is 90,97 %. At channel pattern II retailers obtain margin of IDR 300.000 and farmer's share is 85,45 %. Channel pattern I and channel pattern II Kacang goat cattle at Kaliyoso Market, Sub district of Bongomeme District of Gorontalo included in the efficient category, where this could be seen from value of marketing efficiency, at Channel Pattern I Value EP = 2,43% and at Channel Pattern II Value EP = 2,67%.

Keywords: Marketing Channel, Goat Nut

