

## RINGKASAN

**IRAWAN AGUNG PRABOWO.** H2D 002 212. 2007. Analisis Pola dan Marjin Pemasaran Kambing Di Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora (*The Analysis of Goat Marketing Pattern and Margin in Sambongrejo Village, Sambong Subdistric, Blora Regency*). (Pembimbing : **BAMBANG SURYANTO** dan **MUKSON**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek zooteknis usaha ternak kambing, pola dan marjin pemasaran kambing dan menganalisa perbedaan marjin pemasaran pada berbagai pola pemasaran di Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan dalam usaha peternakan kambing dalam perencanaan dan peningkatan pemasaran kambing serta sebagai bahan informasi untuk penelitian sosial ekonomi lainnya khususnya dibidang peternakan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2006 di Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan peternak kambing dengan berpedoman pada kuesioner. Data sekunder yang diperoleh dari catatan Dinas Peternakan Kabupaten Blora dan kantor Kecamatan Sambong. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dan statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran kambing di Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora menggunakan dua pola saluran pemasaran, yaitu :

Pola I : Produsen – Konsumen.

Pola II : Produsen – Lembaga Perantara (Blantik) – Konsumen.

Marjin pemasaran kambing pada Pola I Rp. 0,- dan pada Pola II marjin rata-rata pemasaran adalah Rp. 192.122,- . Efisiensi pemasaran kambing pada Pola I sebesar 100% dan pola II mempunyai efisiensi rata-rata pemasaran 90,02%. Terdapat perbedaan yang sangat nyata ( $p < 0,01$ ) pada marjin pemasaran kambing di Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora.

Kata kunci : Ternak kambing, Pola pemasaran dan Marjin pemasaran.