

**ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK SUSU SAPI
PADA USAHA PETERNAKAN SAPI PERAH
DI KABUPATEN BANYUMAS**

ABSTRAK

M.Aqmal Aprilla Hasan

D2A023003

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu pengembangan wilayah sapi perah dengan populasi sapi perah tertinggi di Jawa Tengah. Hal ini bisa membantu pemerintah dalam menurunkan impor susu. Penelitian ini bertujuan untuk membuat pemetaan rantai pasok, menganalisis kinerja rantai pasok, menghitung margin pemasaran dan menganalisis efisiensi rantai pasok. Metode penelitian yang digunakan metode survei. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan di enam Kecamatan yaitu Baturaden, Cilongok, Karanglewas, Kedung Banteng, Pekuncen, dan Sumbang. Penentuan sampel responden menggunakan metode *cluster sampling*. Responden yang di ambil pada penelitian ini adalah 60 peternak. Hasil penelitian menunjukan bahwa saluran pemasaran susu segar peternakan sapi perah di Kabupaten Banyumas mempunyai dua pola saluran pemasaran yaitu Saluran I: peternak → Koperasi → Konsumen (IPS), dan saluran II: peternak → Konsumen. Sebagian besar kinerja rantai pasok pada setiap anggota rantai pasok yang terlibat masuk dalam kategori *superior* kecuali indikator kinerja total biaya rantai pasok yang termasuk kategori *adventage*. Margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 1.395, dan saluran II Rp. 0. Nilai *farmer's share* saluran I sebesar 84,06 dan saluran II adalah sebesar 100%. Kesimpulan bahwa kedua saluran pemasaran susu sapi segar pada anggota Koperasi peternakan sapi perah di Kabupaten Banyumas sudah efisien.

Kata Kunci: Efisiensi Pemasaran, *Farmer Share*, Margin, Rantai Pasok

**ANALYSIS OF COW'S MILK SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
IN THE DAIRY FARMING BUSINESS
IN BANYUMAS REGENCY**

ABSTRACT

M.Aqmal Aprilla Hasan

D2A023003

Banyumas Regency is one of the dairy cattle development areas with the highest dairy cattle population in Central Java. This can help the government reduce milk imports. This study aims to map the supply chain, analyze supply chain performance, calculate marketing margins, and analyze supply chain efficiency. The research method used is a survey method. The research location was determined using the purposive sampling method. This research was conducted in six subdistricts, namely Baturaden, Cilongok, Karanglewas, Kedung Banteng, Pekuncen, and Sumbang. The sample of respondents was determined using the cluster sampling method. The respondents in this study were 60 farmers. The results showed that the marketing channels for fresh milk from dairy farms in Banyumas Regency had two patterns: Channel I: farmer → cooperative → consumer (IPS), and Channel II: farmer → consumer. Most of the supply chain performance of each member of the supply chain involved was in the superior category, except for the total supply chain cost performance indicator, which was in the advantage category. The marketing margin in channel I was Rp. 1,395, and in channel II it was Rp. 0. The farmer's share value in channel I was 84.06 and in channel II it was 100%. The conclusion is that both marketing channels for fresh cow's milk among members of the dairy cattle cooperative in Banyumas Regency are efficient.

Keywords: Marketing Efficiency, Farmer Share, Margin, Supply Chain