

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Gambaran Umum Tentang Kambing

Kambing merupakan mamalia yang termasuk dalam ordo *artiodactyla*, sub ordo ruminnansia, famili *Bovidae* dan genus *Capra* atau Hemitragus (Devendra dan Burn, 1994). Kambing termasuk hewan yang pertama kali di didomestikasi oleh manusia, berasal dari hewan liar yang hidup di daerah sangat sulit berbatu. Pada mulanya di perkirakan pemburu-pemburu membawa pulang kambing hasil buruannya, kemudian anak-anak kambing dipelihara didesa sebagai hewan kesayangan, kemudian dimanfaatkan untuk diambil susunya, daging, dan kulitnya. Adapun klasifikasi kambing adalah sebagai berikut:

Kingdom : Animalia
Filu : Chordata
Kelas : Mamamlia
Ordo : Artiodactyla
Sub Familiya : Bovidae
Genus : Capra
Spesies : C. aegarus
Sub Spesies : C.a hirus

2.1.1. Kambing Liar

Kambing liar terdiri dari beberapa rumpun, yaitu rumpun kambing goral, rumpun kambing takin (bodorcatini), rumpun kambing kamois (rupicaprini), rumpun kambing asli (caprini), dan rumpun kambing muskus (ovibovini).

2.1.2. Kambing Ternak

Di seluruh dunia terdapat beragam kelompok kambing ternak dalam populasi yang besar. Kambing ternak diusahakan di berbagai kawasan Asia, Eropa Barat, Afrika, Eropa Timur, Amerika, dan lain-lain.

Kambing ternak dapat digolongkan menjadi tipe pedaging perah atau penghasil susu, dan tipe dwiguna. Pengelompokan tipe kambing ternakan tersebut disarankan pada keunggulan masing-masing jenis.

2.2. Kambing Peranakan Etawa

Kambing Peranakan Etawa merupakan kambing hasil perkawinan silang antara kambing Etawa yang berasal dari India dan kambing kacang asli Indonesia. Kambing Peranakan Etawa merupakan kambing dwiguna yang mampu menghasilkan susu dan daging untuk dimanfaatkan oleh manusia (Kusuma dan Irmansh, 2009). Kambing Peranakan Etawa memiliki ciri-ciri yang tidak jauh berbeda dengan kambing Etawa, yaitu postur tubuh yang besar, telinga panjang menggantung, muka cembung. Warna bulu bermacam-macam dari belai putih hitam, putih coklat, sampai campuran antara putih, hitam, dan colakat, terdapat bulu yang lebat dan panjang di bawah ekor. Kambing Peranakan Etawa betina

memiliki ambing yang relatif lebih besar dibanding kambing lokal dan memiliki puting yang panjang.

Rata-rata bobot lahir kambing peranakan Kambing Etawa 2,75 kg (Sutamadan Budiarsa, 1996) atau 3,72 kg. Bobot tubuh kambing Peranakan Etawa jantan, dewasa dapat mencapai 65-90 kg. Tinggi gumba kambing peranakan Etawa jantan 90-110 cm, panjang badan berkisar antara 85-105 cm. Kambing peranakan Etawa jantan mencapai dewasa kelamin pada umur 6-8 bulan pada saat bobot tubuh 12,9-18,7 kg. Melaporkan bahwa rata-rata bobot tubuh kambing peranakan Etawa pada saat lahir, disapih, dan umur 12 masing-masing 2,75;10,50 dan 17,50 dengan pertambahan bobot tubuh harian mencapai 48,30 g.

Kambing Peranakan Etawa menghasilkan susu rata-rata 1 liter / hari / ekor dengan harga RP 18.000,00/liter (D.A.Sukur.2011). Berdasarkan berbagai penelitian, susu kambing Etawa sangat baik untuk mencegah munculnya berbagai penyakit jenis penyakit yang dapat di cegah kemunculanya, dengan mengkonsumsi susu kambing Etawa antara lain TBC, asma, anemia, hepatitis, kram nutrisi dibandingkan susu kambing Etawa yang sudah diolah menjadi berbagai produk, akan tetapi konsumsi susu dalam keadaan segar sangat beresiko terhadap kesehatan karna susu merupakan media yang sangat baik untuk pertumbuhan dan perkembangan bakteri yang dapat mengganggu kesehatan (Moeljanto dan Wiryanta, 2002).

2.3. Performa Kambing

Performa ternak kambing merupakan penamfilan ternak yang dapat di lihat dan di ukur dalam satuan tertentu secara periodik yang erat kaitanya dengan pertumbuhan dan perkembangan ternak. Performa seekor kambing dapat di ketahui melalui pengukuran bobot dan ukuran tubuhnya. Menurut Prasetyo, Edi, Dkk. (1999), yang termasuk dalam kriteria ukuran tubuh adalah lingkaran dada, panjang badan, tinggi pundak, dalam dada, lebar pinggul, dan tinggi punggung. Ukuran tubuh yang di gunakan dalam penelitian ini adalah lingkaran dada, panjang badan, dan tinggi pundak.

2.3.1. Bobot Tubuh

Bobot tubuh merupakan salah satu kriteria yang dapat di gunakan untuk mengetahui performa seekor kambing. Beberapa jenis bobot yang dapat di ukur untuk mengetahui performa seekor kambing antara lain bobot lahir, bobot sapih, dan bobot dewasa.

2.3.2. Lingkaran Dada

Lingkaran dada dapat di ukur dengan menggunakan pita ukur melingkari dada kambing tepat di belakang. Lingkaran dada sangat di pengaruhi oleh bangsa ternak dan lingkungan pemeliharaan. Menurut Devendradan Burn (1994), faktor lingkungan sangat berpengaruh terhadap bobot dan ukurn-ukuran kambing. Jadi suatu bangsa kambing yang tergolong tipe besar pada suatu lokasi akan tergeser ke tipe kecil pada lokasi lainnya. Atau suatu bangsa kambing tipe kecil pada suatu

lokasi akan tergeser ke tipe kerdil pada lokasi lainya dan demikian pula sebaliknya.

2.3.3. Panjang Badan

Bangsa ternak memegang peranan penting dalam penentuan panjang bandan pada ternak. Ternak lokal pada umumnya memiliki ukuran panjang badan yang kecil. Panjang badan pada ternak lokal dapat ditingkatkan melalui persilangan dn perbaikan mutu genetik. Namuan, ini semua tergantung dari potensi genetik yang di turunkan dari tentunya (Ismail,H.2010). Panjang badan hasil persilangan lebih besar di dibandingkan dengan kambing lokal. Kambing peranakan Etawa memiliki panjang badan 58,99 cm lebih besar daripada kambing lokal yaitu 56,87 cm.

2.3.4. Tinggi Pundak

Tinggi pundak juga merupakan salah satu ukuran tubuh yang dapat di gunakan sebagai data pendukung dalam penentuan performa ternak. Tinggi pundak dapat diukur dengan cara mengukur jarak antara titik tertinggi pundak dan permukaan lantai atau tanah teksturnya datar dengan menggunakan tongkat ukur (Purowo, Fras, 2009).

2.4. Usaha Ternak Kambing

2.4.1. Pemilihan Bibit Kambing

Pemilihan bibit ternak harus disesuaikan dengan tujuan dari usaha, apakah untuk pedaging atau perah, misalnya: kambing kacang untuk produksi daging, kambing Etawa untuk produksi susu, dan lain-lain (Dinas Peternakan, 1997).

2.4.2. Pemberian Pakan Ternak

Pemberian pakan ternak kambing dan domba tergantung pada tujuan pemeliharaannya. Bahwa pakan sangat penting diperlukan untuk pertumbuhan ternak karena mengandung zat gizi. Oleh karenanya, pakan harus tersedia terus-menerus. Pakan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu hijauan sebagai pakan utama, pakan kering dan pakan penguat seperti konsentrat sebagai pakan tambahan (Sutrisno Hadi, 2016).

2.4.3. Pakan Hijau

Pakan hijau adalah semua bahan pakan yang di berikan pada ternak dalam bentuk segar, baik yaang di potong terlebih dahulu maupun yang tidak. Hijauan segar umumnya terdiri atas rumput-rumputan, biji-bijian (kacang-kacangan), dan daun-daunan. Hijau banyak mengandung karbohidrat dalam bentuk gula sederhana, pati, dan fruktosa yang sangat berperan dalam menghasilkan energi.

2.4.4. Pakan Kering

Termasuk dalam kelompok ini adalah semua jenis jerami dan hijauan pakan ternak yang sudah di potong dan di keringkan. Kandungan serta seratnya lebih dari 18% (kulit biji kacang-kacangan).

2.4.5. Konsentrat

Pemakaian pakan penguat sangat membantu peningkatan produksi kambing, baik pertambahan berat badan, anak kambing, maupun susu kambing. Untuk peternakan kambing komersial, sebaiknya menggunakan konsentrat lokal

dari limbah pertanian, seperti dedak, padi, jagung giling, bungkil kelapa, singkong, garam dan mineral.

2.5. Konsep Agribisnis

Agribisnis adalah kegiatan bertani yang sudah di pandang sebagaimana kegiatan bisnis, tidak lagi di anggap sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri. Rangkuti Freddy, (1997). Agribisnis adalah rangkaian-rangkaian semua kegiatan mulai pabrik distribusi alat-alat maupun bahan pertanian, kegiatan produksi pertanian, pengolahan, penyimpanan, serta distribusi komoditas dan barang-barang yang di hasilkanya. Sistem agribisnis terdiri dari 5 subsistem yaitu:

1. Subsistem Hulu

Berupa ragam kegiatan industri dan perdagangan sarana produksi pertanian

2. Subsistem Usaha Tani

Pertanian primer atau yang sering disebut subsistem usaha tani

3. Subsistem Hilir

Subsistem pengolahan, dan ada kalanya disebut dengan agroindustri

4. Subsistem Perdagangan

Subsistem perdagangan atau yang sering disebut tata niaga hasil

5. Susistem Jasa dan Penunjang

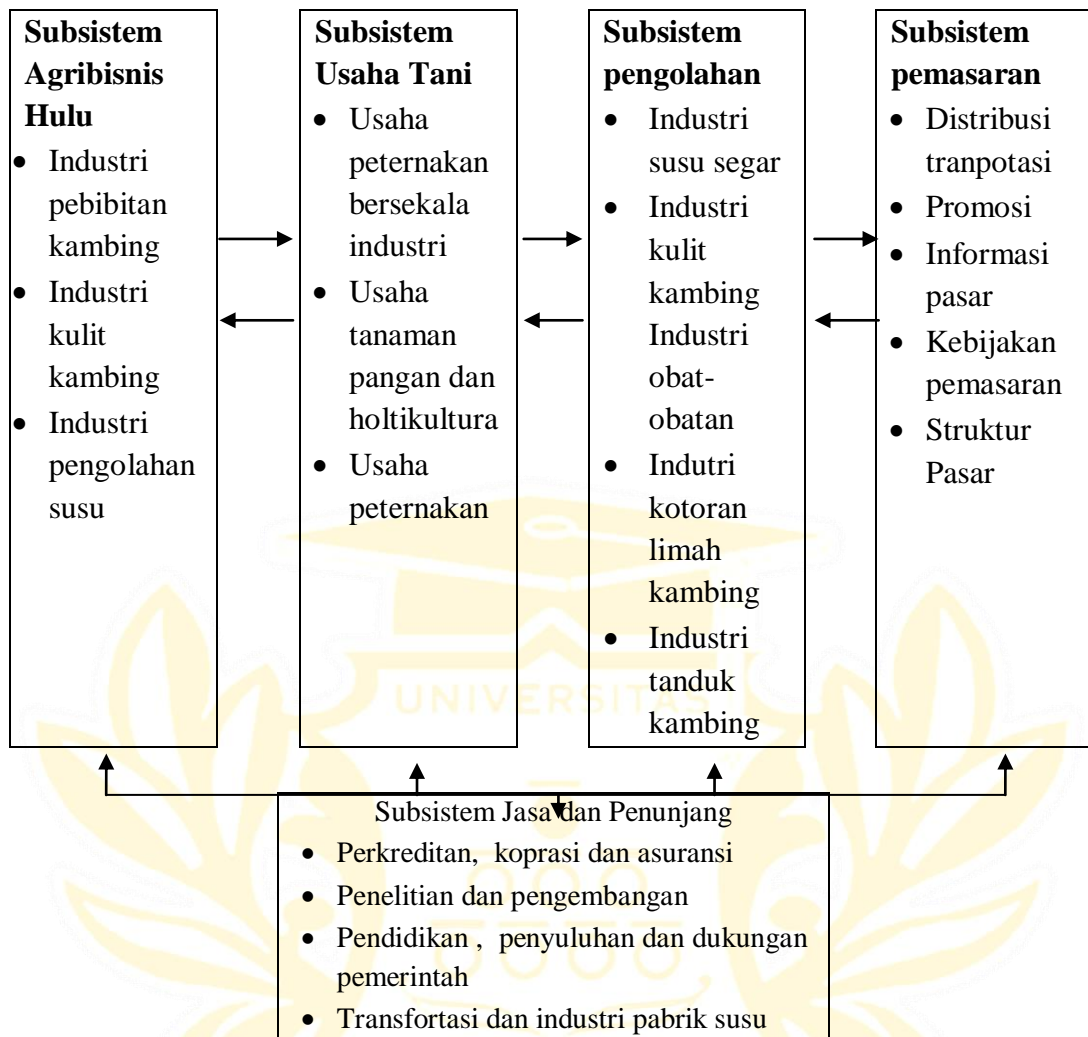
Subsistem jasa mendukung berupa kegiatan penelitian, penyediaan kredit, sistem transportasi, pendidikan dan penyuuhan, serta kebijakan mikro.

Paradigma agaribisnis berdiri di atas lima premis dasar, yaitu bahwa usaha pertanian haruslah *profit oriented* pertanian hanyalah satu komponen rantai dalam

sistem komoditi sehingga kinerjanya ditentukan oleh kinerja sistem komoditi secara keseluruhan, pendekatan sistem agribisnis adalah formulasi kebijakan sektor pertanian yang logis, dan harus di anggap sebagai sistem ilmiah yang positif, bukan idiologi dan normatif, sistem agribisnis secara intinsik netral terhadap semua skala usaha dan pendekatan sistem agribisnis khususnya ditunjukkan untuk negara sedang berkembang.

Strategi pembangunan pertanian dengan menerapkan konsep agribisnis, sesungguhnya terdiri dari tiga tahap perkembangan yang semestinya terjadi secara beruntutan yaitu:

1. Agribisnis berbasis sumberdaya yang digerakkan oleh kelimpahan sumberdaya sebagai faktor produksi, dan bentuk ekstenfikasi agribisnis dengan domimnasi komoditas primer
2. Aribisns berbasis investasi, melalui percepatan industri pengolahan dan industri hulu serta peningkatan sumber daya manusia
3. Agribisnis berbasis inovasi, dengan kemajuan teknologi. Pada tahap ini, komoditas yang di produksi adalah hasil dari penerapan ilmu pengetahuan yang tinggi dan tenaga kerja terdidik, memiliki nilai tambah yang besar dan tujuan pasar yang luas.



Gambar 1. Lingkup Pembangunan Sistem Agribisnis
Sumber : *Pembangunan Sistem dan Usaha Agribisnis*
 (60 Tahun Bungaran Saragih, 2005)

2.6. Konsep Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* dan *strategus* yang berarti seni perang. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Menurut Hammer dan Prahalad (1995): “Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang

diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.”

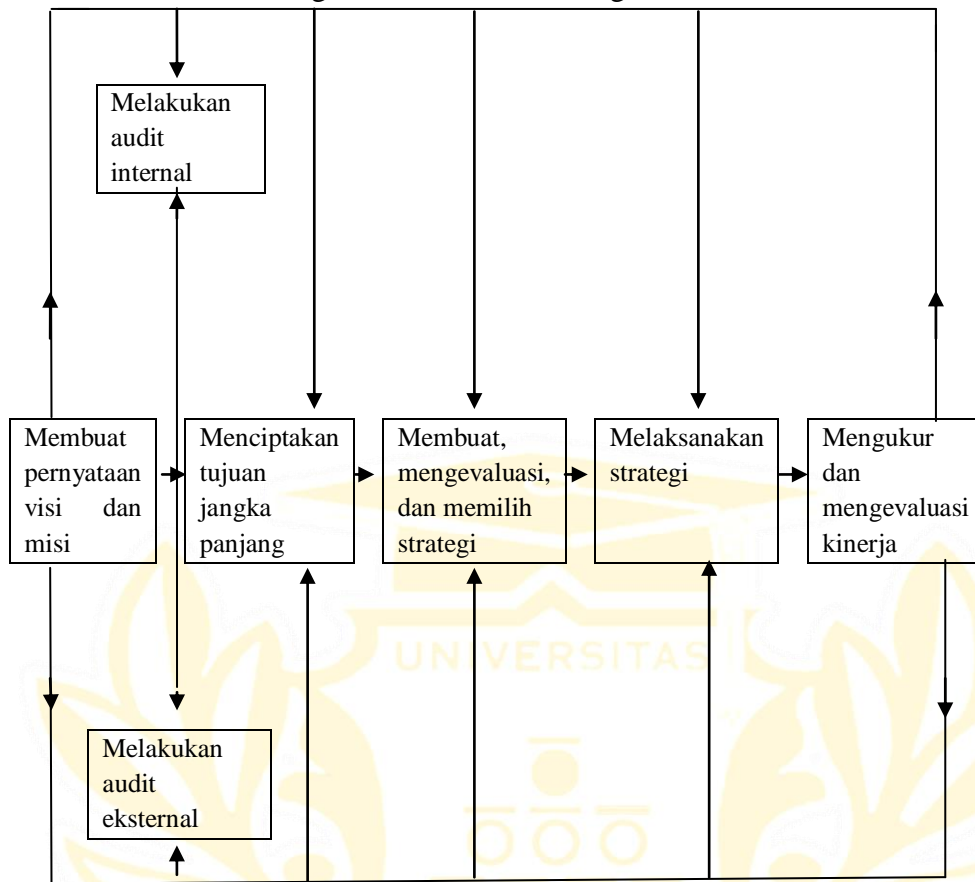
Defenisi strategi yang dikemukakan oleh Chandrel (1962) menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang peting untuk mencapai tujuan tersebut”. Menurut Santoso, Agus, (2008), strategi merupakan tindakan yang bersifat (*incremental*) senantiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandangan tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa yang akan datang.

Menurut Rangkuti, (2006) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Manajemen strategis didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektivitasnya. Sedangkan proses manajemen strategi adalah suatu pendekatan secara obyektif, logis, dan sistematis dalam penetapan keputusan utama dalam suatu organisasi. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap berturut-turut, perumusan strategi implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Perencanaan strategi adalah: (a) mengukur dan memanfaatkan kesempatan (peluang) sehingga mampu mencapai keberhasilan, (b) membantu meringankan beban pengambil keputusan dalam tugasnya menyusun dan mengimplementasikan

manajemen strategi, (c) agar lebih terkordinasi aktivitas-aktivitas yang dilakukan (d) sebagai landasan uuk memonitor perubahan yang terjadi, sehingga dapat segera dilakukan penyesuaian, dan (e) sebagai cermin atau bahan evaluasi, sehingga bisa menjadi penyempurnaan perencanaan strategis yang akan datang. Jadi manajemen strategi penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumberdaya yang ada. Konsep proses manajemen dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bagan Perencanaan Strategi

Sumber: (Freddy Ranguti, 2006)

Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu perumusan (*formulasi*) strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Tahap perumusan strategi meliputi pengembangan pernyataan misi, penetapan tujuan jangka panjang, dan pengembangan evaluasi serta seleksi atau pemilihan strategi. Tahap pelaksanaan strategi meliputi penetapan kebijakan dan tujuan tahunan serta alokasi sumberdaya. Pada tahap evaluasi strategi dilakukan pengukuran dan evaluasi kinerja pelaksanaan strategi.

2.7. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisis lingkungan internal adalah lebih pada analisis internal perusahaan dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi (Rangkuti, 2006). Analisa lingkungan internal perusahaan merupakan proses untuk menentukan dimana perusahaan atau pemerintah daerah mempunyai kemampuan yang efektif sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang secara efektif dan dapat menangani ancaman didalam lingkungan.

Rangkuti (2006), menyebutkan sosial-faktor lingkungan yang akan dianalisa berhubungan dengan kegiatan fungsional perusahaan diantaranya adalah bidang manajemen, sumberdaya manusia, keuangan, produksi, pemasaran, dan organisasi. Analisa lingkungan internal ini pada akhirnya akan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Sedangkan sosial lingkungan eksternal yang dianalisa adalah terdiri dari lingkungan makro dan mikro. Lingkungan makro adalah lingkungan yang secara tidak langsung mempengaruhi keputusan dalam jangka panjang. Lingkungan ini terdiri dari sosial ekonomi, sosial budaya, dan teknologi. Sedangkan lingkungan mikro adalah kegiatan perusahaan yang secara langsung mempengaruhi kegiatan perusahaan itu sendiri. Lingkungan mikro terdiri dari pesaing, kreditur, pemasok, dan pelanggan.

Analisa lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang sedang dihadapi perusahaan. Peluang merupakan kondisi yang

menguntungkan bagi perusahaan, sedangkan ancaman adalah keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan.

2.8. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*).

Analisis SWOT adalah perangkat umum yang didesain dan digunakan sebagai langkah awal dalam proses pembuatan keputusan dan sebagai perencanaan strategis. Menurut Rangkuti (2000), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Oppurtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang terjadi saat ini.

Menurut Rangkuti (2006) faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu (a) strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. (b) strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal. (c) strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal, serta (d) strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantifikasi ancaman lingkungan.

Data dan informasi internal perusahaan dapat digali dari fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi dan produksi. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintahan, hukum, teknologi, persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada.

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan dan menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang. Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan (Jauch dan Glueck, 1995).

2.9. Potensi Usaha Ternak Kambing

Triwulanningsih (1987), menyatakan bahwa kambing berperan penting sebagai salah satu penghasil protein hewani, haitu memiliki produksi persatuan bobot tubuh yang lebih tinggi dibandingkan sapi, daya adaptasi yang baik terhadap iklim tropis yang ekstrim, fertilitas yang tinggi, selang generasi yang pendek dan berkemampuan dalam memakan segala jenis hijauan. Hal ini berarti kambing mempunyai efisiensi biologis yang tinggi. Pengembangan peternakan kambing perah dimaksudkan sebagai upaya menjadikan usaha ternak kambing perah sebagai penghasil susu diluar sapi dan sekaligus menjadi sumber pendapatan bagi peternak. Selain itu juga untuk menanggulagi kebutuhan akan

protein hewani dan mengurangi langkah pengimporan susu sapi. Apabila ternak kambing di kembangkan secara luas akan dapat meningkatkan gizi masyarakat pedesaan melalui pengonsumsi susu kambing. Berdasarkan produksi susu yang dihasilkan, peternak kambing Etawa perah masih memiliki potensi yang cukup baik. Karena tingginya kegiatan pengimporan susu dan masih rendahnya produksi susu sapi di dalam negeri, serta kurangnya toleransi saluran pencernaan sebagai masyarakat terhadap susu sapi, maka peningkatan susu kambing menjadi penting dilakukan. Hal ini utama dalam menanggulangi kekurangan gizi kesehatan masyarakat pedesaan.

2.9.1. Usaha Ternak Kambing

Sarwono, B. (1994) menyebutkan bahwa istilah peternakan dan “ternak” mengandung makna tertentu yang bersifat timbal balik antara dua sistem. Istilah peternakan merupakan kegiatan yang mengelola ternak. Peternakan merupakan suatu kegiatan usaha yang menerapkan prinsip-prinsip manajemen pada aspek teknis berternak yang selaras berdasarkan ilmu peternakan yang benar- benar agar tujuan usaha tercapai. Dengan demikian manajemen peternakan tidak dapat di pisahkan dengan peternakan. Sehingga apabila prinsi-prinsip peternakan tidak dapat di terapkan maka kegiatan itu bukanlah peternakan yang komersial. Dalam manajemen peternakan, suatu usaha peternakan dapat di katakan komersial apabila ada permintaan atas peroduk dari usaha itu. Dalam hal ini jumlah produksi disesuaikan dengan aspek permintaan. Namun, sekarang ini jumlah peroduksi di sesuaikan dengan aspek permintaan konsumen, tetapi berawal dari penawaran

produsen. Manajemen peternakan bukanlah sesuatu yang menunjukkan “apa yang seharusnya”, melainkan apa yang sebaiknya.

2.9.2. Pengaturan Kandang Ternak

Mulyono (2005) mengungkapkan bahwa dalam pemeliharaan kambing dan domba, perkandangan perlu diperhatikan. Kandang merupakan tempat berlindung ternak dari hujan dan terik matahari sehingga ada rasa nyaman. Dalam kandang yang baik, ternak akan mampu berkembang dan tumbuh secara normal. Sebaliknya, dalam kandang yang jelek memungkinkan ternak menjadi lambat tumbuh, kurang sehat, dan terjadi pemborosan pakan.

2.9.3. Pengendalian Penyakit Ternak

Dalam usaha peternakan kambing, kesehatan merupakan hal yang sangat penting karena berhubungan dengan produksi (Mulyono, 2005). Tindakan pertama yang dianjurkan pada usaha pemeliharaan kambing dan domba adalah melakukan pencegahan terjangkitnya penyakit. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan upaya pencegahan dan pemberantasan penyakit antara lain: (1) Memelihara kebersihan baik ternak, pakan, tempat minum, maupun peralatannya, (2) Tidak mencampur kambing yang sakit dengan yang sehat, sehingga tidak terjadi penularan, dan (3) Melakukan vaksinasi dan pemberian obat pencegahan penyakit secara teratur

2.10. Produksi Kambing Peranakan Etawa

Produksi yaitu proses kombinasi dan koordinasi material-material dan kekuatan-kekuatan (input, faktor, sumber daya, atau jasa-jasa produksi) dalam pembuatan suatu barang atau jasa, output dan produk (Robert, 1998). Misalnya:

2.10.1. Susu Kambing

Susu kambing peranakan Etawa selain nikmat di konsumsi sebagai minum segar dan minum hangat, dapat diolah menjadi susu bubuk dengan aneka rasa, yoghurt, kerupuk susu, dodol susu, atau permen. Olahan susu etawa ini bisa dijadikan alternatif untuk meningkatkan pendapatan peternak selain dari penjualan kambing, feses, urine (Fermentasi), dan susu murni

2.10.2. Daging

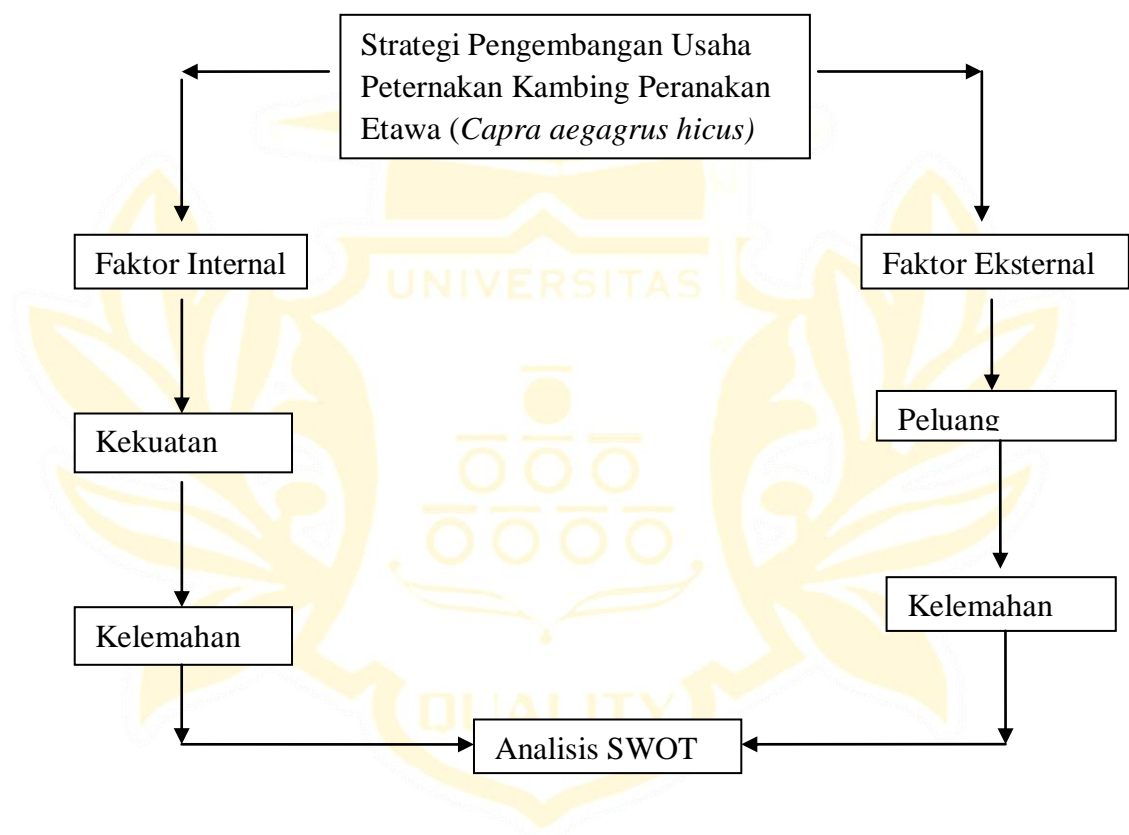
Daging kambing Etawa memiliki banyak protein dan juga lemak sehingga daging kambing Etawa bermanfaat bagi manusia. Selain itu, daging kambing Etawa juga di percaya untuk meningkatkan tekanan darah sehingga cocok sekali bagi orang yang mengalami tekanan darah rendah. Enam persen daging yang di perdagangkan di dunia adalah daging kambing, dan lebih dar 70 persen penduduk dunia memakan kambing. Daging kambing paling banyak di makan di Afrika, Asia, Amerika Tengah, dan Amerika Latin, dan tidak jarang di Eropa.

2.10.3. Agribisnis Peternakan

Agribisnis peternakan adalah semua kegiatan peternakan, yang di mulai dari subsistem penyediaan sarana produksi ternak, peroses produksi (budidaya)

ternak, penanganan pasca panen, pengolahan dan subsistem pemasaran. Sistem agribisnis peternakan adalah keterkaitan yang saling mendukung dan tidak boleh terpotong antara kegiatan subsistem agribisnis satu dengan lainnya sehingga membentuk suatu loyalitas.

Gambar 3. Kerangka Pemikiran



Faktor internal terdiri dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Berdasarkan wawancara dengan peternak, dan pedagang kambing, serta masukan dari Kepala Desa Suka Kecamatan Tigapanah.

Faktor kekuatan merupakan bagian dari faktor strategis faktor internal, faktor tersebut di anggap sebagai kekuatan yang akan mempengaruhi pengembangan peternakan kambing peranakan Etawa di Desa Suka.

Faktor kelemahan adalah bagian dari faktor internal. Faktor-faktor yang yang dianggap sebagai kelemahan akan menjadi kendala dalam upaya pengembangan kambing peranakan Etawa di Desa Suka .

Faktor eksternal berdasarkan hasil wawancara dan pengisian kuesioner dan analisis terhadap pengembangan kambing peranak Etawa di Desa Suka

Faktor peluang adalah bagian dari faktor eksternal. Fakto-faktor tersebut dianggap sebagai suatu potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan kambing peranakan Etawa di Desa Suka.

Faktor ini merupakan bagian dari faktor eksternal, faktor tersebut dianggap sebagai ancaman yang menjadi hambatan dalam pengembangan kambing peranakan Etawa di Desa Suka.