

SKRIPSI
ANALISIS PENJUALAN SUSU KAMBING (STUDI KASUS DI
FATHUR FARM DESA KUALU, KECAMATAN TAMBANG,
KABUPATEN KAMPAR, RIAU)

Oleh :
DERI SAPUTRA
NPM. 210102002



PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN
2025

**ANALISIS PENJUALAN SUSU KAMBING (STUDI KASUS DI
FATHUR FARM DESA KUALU, KECAMATAN TAMBANG,
KABUPATEN KAMPAR, RIAU)**

SKRIPSI

Oleh :

DERI SAPUTRA
NPM. 210102002

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Peternakan (S.Pt) Pada Program Studi Peternakan
Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
2025**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANATAN**

Kami dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang ditulis oleh:

DERI SAPUTRA

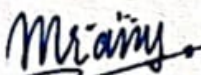
**Analisis Penjualan Susu Kambing (Studi Kasus Di Fathur Farm Desa Kualu,
Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Riau)**

Diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Peternakan (S.Pt)

Menyetujui,

Pembimbing I


Mahrani, SP.,M.Si
NIDN. 1003127801

Pembimbing II


Infitria, S.Pt.,M.Si
NIDN : 102318701

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

Ketua

Dr. Ir. Imelda Siska, S.Pt., MP

Sekretaris

Dr. Chezy WM Vermilla, SP., M.Ma

Anggota

Yoshi Lia A, S.Pt., M.Si



Mengetahui,


Dekan
Fakultas Pertanian
Dr. Ir. Pebra Heriansyah, SP., MP
* NIDN. 1005029103


Ketua Program Studi
Peternakan
Infitria, S.Pt.,M.Si
* NIDN. 102318701

Tanggal Lulus: 22 Oktober 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penulisan usulan penelitian/skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis sangat berterima kasih kepadayang terhormat:

1. Bapak Rustam Effendi dan Ibu Tities selaku orang tua atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun materiil.
2. Ibu Mahrani, S.P., M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan saran dalam menyusun skripsi
3. Ibu Infitria, S.Pt., M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan saran dalam menyusun skripsi
4. Bapak Dr.Ir. Pebra Heriansyah, SP., MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi
5. Ibu Infitria, S.Pt., M.Si selaku Ketua Program Studi yang Telah banyak membina kelancaran proses studi
6. Bapak/Ibu selaku penguji dalam skripsi yang telah memberikan masukan dan saran selama sidang skripsi

Sebagai manusia biasa Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Terakhir, harapan Penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Teluk Kuantan, Oktober 2025

Penulis

ANALISIS PENJUALAN SUSU KAMBING (STUDI KASUS DI FATHUR FARM DESA KUALU, KECAMATAN TAMBANG, KABUPATEN KAMPAR, RIAU)

Deri Saputra di bawah bimbingan Mahrani dan Infitria
Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Kuantan Singingi, Teluk Kuantan 2025

ABSTRAK

Ternak kambing perah merupakan ternak yang sangat potensial dikembangkan di Indonesia, khususnya kambing PE, karena kambing ini sudah beradaptasi dengan baik di berbagai daerah di Indonesia. Susu segar merupakan salah satu pangan hewani yang kaya zat gizi dan mudah dicerna karena berbentuk cair. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar penjualan susu kambing peternakan Fathur Farm Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data yaitu Wawancara, Observasi dan Studi Pustaka. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis penjualan susu kambing Fathur Farm menggunakan analisis deskriptif dan analisis pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jumlah produksi yang dihasilkan peternakan kambing perah Fathur Farm adalah 362 Liter/bulan dengan harga perliter adalah sebesar Rp.50.000 sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp.18.100.000/bulan. Total biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp.6.045.556/bulan, sehingga pendapatan yang diperoleh peternakan kambing perah Fathur Farm sebesar Rp.12.054.444/bulan.

Kata kunci: Analisis Pendapatan, Analisis Produksi, Kambing Perah, Susu Kambing

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	2
2.1 Kambing Perah	2
2.2 Susu Kambing	7
2.3 Pengertian Penjualan	9
2.4 Jenis-jenis Penjualan	11
2.5 Penelitian Terdahulu.....	12
2.6 Kerangka Pemikiran	14
III. METODE PENELITIAN	6
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	6
3.2 Jenis dan Sumber Data	6
3.3 Metode Pengumpulan Data	6
3.4 Analisis Biaya Produksi	18
3.5 Analisis Pendapatan	20
3.6 Batasan Operasional	21
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
4.1 Profil Fathur Farm	17
4.2 Karakteristik Responden Peternakan Fathur Farm.....	24
4.3 Biaya Produksi	25
4.4 Pendapatan Usaha Ternak	32
V. PENUTUP	24
5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	40

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Subsektor Peternakan merupakan cabang usaha yang cukup penting dalam proses pemenuhan kebutuhan pangan khususnya protein hewani. Kebutuhan protein hewani terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya zat gizi. Salah satu sumber utama protein hewani bernilai gizi tinggi adalah susu. Perkembangan konsumsi susu per kapita pada tahun 2013-2014 naik sebesar 5%. Salah satu sumber produk susu adalah susu kambing (Kementrian Pertanian, 2015).

Ternak kambing perah merupakan ternak yang sangat potensial dikembangkan di Indonesia, khususnya kambing PE, karena kambing ini sudah beradaptasi dengan baik di berbagai daerah di Indonesia (Mulyono dan Sarwono, 2010). Usaha ternak kambing perah dapat memberikan sumbangan nyata bagi pembangunan subsektor peternakan di Indonesia dan langsung menyentuh masyarakat dengan kemampuan modal yang terbatas. Kambing perah dipelihara untuk memproduksi susu dan daging. Kambing perah di Indonesia terdiri dari Kambing Peranakan Etawa (PE) Etawa, Saanen, Jawarandu dan Kacang.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), populasi kambing di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 18.560.835 ekor, populasi ternak kambing terbesar pada tahun 2022 terdapat pada provinsi Jawa Tengah dengan total populasi sebanyak 3.747.610 ekor. Sementara itu, populasi total seluruh ternak kambing di provinsi Riau pada tahun 2022 adalah sebanyak 236.228. Di Provinsi Riau populasi kambing terbesar berada di Kab. Indragiri Hulu dengan populasi sebanyak 37.459 ekor, kemudian di ikuti Kab. Kuantan Singingi dengan populasi

sebanyak 33.440 ekor. Dan ketiga berada di Kab. Bengkalis dengan populasi sebanyak 32.350 ekor.

Susu segar merupakan salah satu pangan hewani yang kaya zat gizi dan mudah dicerna karena berbentuk cair. Susu segar diperoleh dari ternak sapi, kerbau atau kambing. Pemeliharaan ternak dan penanganan baik pada saat pemerahan dan pasca pemerahan merupakan faktor penting untuk menghasilkan susu kambing yang aman, sehat, utuh dan halal (ASUH). Kontaminasi mikroorganisme dan penanganan yang tidak baik dapat menurunkan kualitas susu kambing. Susu kambing di Indonesia kurang mendapat perhatian dibandingkan susu sapi. Masyarakat Indonesia mengenal susu kambing sebagai obat, dengan cara mengkonsumsi langsung tanpa ada pengolahan terlebih dahulu, oleh karena itu diperlukan peningkatan melalui suatu cara (Zain, 2013).

Fathur Farm merupakan salah satu peternakan di Kabupaten Kampar yang mengembangkan peternakan kambing perah. Fathur Farm terletak di desa Kualu Kecamatan, Tambang kabupaten Kampar, Riau. Usaha peternakan kambing perah di Fathur Farm terbilang berjalan dengan baik. Produk unggulannya yang berupa susu kambing yang kemudian dijual dalam keadaan segar atau dengan memberikan beberapa perasa untuk dijual langsung kepada konsumen.

Penjualan susu di Fathur Farm dilakukan secara *business to customer* yaitu pemasaran dengan melakukan pelayanan atau penjualan barang kepada konsumen perorang atau grup secara langsung. Susu kambing dipasarkan dalam bentuk kemasan botol ukuran 250 ml atau 100 ml sesuai permintaan. Harga susu kambing yang ditawarkan kepada konsumen adalah Rp. 60.000,00 per liter

dengan pendistribusian dilakukan melalui penjemputan produk langsung ke kandang.

Peningkatan produksi susu akan berpengaruh pada tingkat pendapatan dan kesejahteraan peternak. Menganalisis pendapatan susu kambing perah diperlukan untuk memperoleh gambaran mengenai biaya produksi dan keuntungan usaha, Namun berdasarkan hasil pengamatan, pemilik usaha susu kambing perah Fathur Farm menjalankan usahanya berdasarkan pembukuan biaya dan keuangan yang belum terstruktur, sehingga nilai pendapatan susu kambing perah belum maksimum dan berdampak pada belum adanya evaluasi finansial. Oleh karena itu, kiranya perlu dilakukan analisis pendapatan susu kambing perah yang lebih terperinci agar pihak manajemen mengetahui omset dan keuntungan perusahaan yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usaha Penjualan Susu Kambing (Studi Kasus Di Fathur Farm Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar) “.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah :

1. Berapa besarnya biaya operasional yang di keluarkan pada penjualan susu kambing di peternakan Fathur Farm?
2. Bagaimana analisis usaha penjualan susu kambing di Fathur Farm?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang terdapat pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui besarnya biaya operasional yang dikeluarkan pada penjualan susu kambing di Fathur Farm

2. Untuk mengetahui bagaimana analisis usaha penjualan susu kambing di Fathur Farm.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

- a. **Manfaat Teoritis:** Menambah wawasan dan referensi ilmiah terkait penjualan susu kambing, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Kualu.
- b. **Manfaat Praktis:** Memberikan rekomendasi strategi penjualan yang dapat diterapkan oleh Fathur Farm dan peternak susu kambing lainnya untuk meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis penjualan susu kambing yang dilakukan di Fathur Farm, Desa Kualu, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Riau. Aspek yang dianalisis meliputi proses pemerasan, biaya tetap, biaya variabel, total penjualan harga susu dan pendapatan bersih. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha. Penelitian dilakukan dalam 1x produksi serta proses penjualan susu kambing dilakukan selama 1 bulan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kambing Perah

Kambing merupakan ruminansia kecil yang memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan di Indonesia sebagai sumber produk hewani yang diambil daging dan susunya. Kambing perah merupakan salah satu jenis ternak penghasil susu selain sapi perah. Kambing perah adalah kambing yang memiliki produksi susu yang tinggi. Kambing perah pada umumnya memiliki periode laktasi 8-10 bulan dengan produksi susu mencapai 1-2 liter/hari.

2.1.1 Kambing Saanen

Kambing Saanen adalah salah satu ternak dwiguna yang cukup potensial dan perlu dikembangkan sebagai penyedia protein hewani yang dapat menghasilkan susu dan daging. Menurut Setiadi et al., (2001), bobot badan kambing Saanen jantan berkisar 68 - 91 kg dan betina 36 - 63 kg dengan produksi susu 740 l/laktasi. Kambing Saanen memiliki ambing yang terletak di antara perut dan dua kaki belakang, bulunya pendek berwarna putih, hidungnya lurus dan muka berupa segi tiga. Telinga kambing Saanen sederhana dan tegak ke sebelah dan ke depan, berekor tipis dan pendek, jantan dan betina bertanduk, panjang ambing berbeda-beda sekitar 3 - 4 cm, dan panjang puting 5 - 6 cm. Salah satu cara memilih kambing perah laktasi yang baik adalah dengan melihat catatan produksi susu harian yang ada, memperhatikan bentuk dan bagian-bagian tubuh luar (eksterior). Produksi susu kambing Saanen dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu mutu genetik, umur induk, ukuran dimensi ambing, bobot hidup, lama laktasi, kondisi iklim setempat, daya adaptasi ternak dan aktivitas pemerahan (Pribadiningtyas et al., 2012). Menurut Setiadi et al., (2001) kambing Saanen

merupakan kambing perah unggul di dunia yang dapat menghasilkan susu sekitar 3 - 4 l/hari. Puncak produksi kambing Saanen dapat menghasilkan produksi susu sebesar 5 - 6 l/hari (Moeljanto dan Bernadius, 2002).

Kambing Saanen memiliki produksi rata-rata tertinggi dibandingkan dengan bangsa-bangsa kambing yang lain, produksi susu kambing Saanen bisa mencapai 4 l/hari (Moeljanto dan Bernadius, 2002). Produksi susu kambing Saanen dalam satu periode laktasi mencapai 2695,3 kg (Setiadi et al.,2001).



Gambar 1. Kambing Saanen Betina

2.1.2 Kambing Toggenburg

Kambing Toggenburg adalah salah satu ras kambing perah tradisional asal Swiss, dinamai dari lembah Toggenburg di Kanton St. Gallen. Toggenburg berukuran sedang; bobot kambing jantan dan betina berada pada kisaran sedang (betina $\pm 50\text{--}60$ kg, jantan lebih besar). Warna standar berkisar coklat muda hingga abu-coklat disertai tanda putih khas. Tanduk bisa ada atau tidak dan beberapa individu memiliki tassels. Ciri ambung susu umumnya baik, posisi dan struktur mendukung produksi susu tinggi (Britannica, 2023)

Toggenburg dikenal sebagai ras perah yang produktif dengan produksi susu yang konsisten. Laju produksi per individu bervariasi menurut manajemen, iklim, dan garis genetik. Rata-rata kadar lemak susu sekitar 2–3,7%. Ras ini

memiliki lactation persistency yang baik dan cocok untuk produksi berkelanjutan (Ferro *et al.*, 2017)

2.1.3 Kambing Alpen

Kambing Alpen atau Alpine goat merupakan salah satu ras kambing perah unggulan yang berasal dari wilayah pegunungan Alpen di Eropa, terutama dari Prancis dan Swiss. Ras ini telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Amerika Serikat dan Indonesia, karena kemampuannya beradaptasi dengan baik terhadap berbagai kondisi iklim (Devendra & Burns, 1983). Kambing ini dikenal sebagai tipe kambing perah dengan produksi susu yang tinggi dan kualitas susu yang baik.

Ras Alpen dikenal karena produksi susunya yang tinggi, yaitu sekitar 2–3 liter per hari, bahkan dapat mencapai lebih dari 4 liter dengan manajemen pakan yang baik (Sutama, 2014). Kandungan lemak susu kambing Alpen berkisar antara 3–4%, dengan total padatan sekitar 12–13%, menjadikannya cocok untuk pembuatan keju dan yoghurt (Haenlein, 2004).

2.2 Susu Kambing

2.2.1 Pengertian Susu Kambing

Susu merupakan bahan makanan yang bergizi tinggi karena mengandung zat-zat makanan yang lengkap dan seimbang seperti protein, lemak, karbohidrat, mineral, dan vitamin yang sangat dibutuhkan oleh manusia (Saleh, 2004). Menurut Hamidah *et al.*, (2012) susu termasuk bahan pangan hewani, berupa cairan putih yang dihasilkan oleh mamalia diperoleh dengan cara pemerahan. Secara kimia, susu adalah emulsi lemak dalam air yang mengandung gula, garam-garam mineral dan protein dalam bentuk suspensi koloida. Susu mengandung unsur gizi yang sangat baik bagi pertumbuhan dan kesehatan. Ada beberapa

komposisi utama pada susu diantaranya ada air, lemak, protein (kasein dan albumin), laktosa (gula susu), dan abu. Komposisi unsur-unsur gizi tersebut sangat beragam tergantung pada beberapa faktor, seperti faktor keturunan, jenis hewan, makanan yang meliputi jumlah dan komposisi pakan yang diberikan, iklim, waktu, lokasi dan prosedur pemerahan (Juliansyah, 2020).

Susu kambing memiliki protein terbaik setelah telur dan hampir setara dengan Air Susu Ibu (ASI). Kandungan protein susu kambing relatif lebih tinggi, yaitu 4,3% dibanding susu sapi 3% (Zakaria *et al.*, 2011). Susu kambing memiliki kandungan total solid sebesar 13.90%, lemak 4,8%, protein 3,7%, bahan kering tanpa lemak 9,10%, abu 0,85% dan laktosa 5%, dilihat dari komposisi kimianya susu kambing berbeda dari susu sapi karena kandungan total protein, kasein, lemak susu, mineral, dan vitamin A-nya lebih tinggi dari susu sapi. Rantai asam lemak susu kambing lebih pendek dibanding susu sapi sehingga lebih mudah dicerna dan diserap sistem pencernaan manusia (Kustyawati *et al.*, 2012).



Gambar 2. Susu Kambing

2.2.2 Manfaat Susu kambing

Susu kambing memiliki manfaat antiseptik alami dan dapat membantu menekan pembiakan bakteri patogen dalam tubuh (Moelijanto dan Wijayakusuma, 2002). Sedangkan (Puji, 2021) mengatakan susu kambing memiliki manfaat baik

untuk jantung, menjaga kesehatan sel tubuh, mendukung kesehatan sistem pencernaan, meningkatkan pH dalam tubuh, membantu tidur lebih nyenyak, rendah lemak.

Tabel 1. Kandungan Gizi Susu Kambing

Kandungan	Kadar
Energi	64 kalori
Air	85,9 gram
Protein	4,3 gram
Lemak	2,3 gram
Karbohidrat	6,6 gram
Kalsium	98 miligram
Fosfor	78 miligram
Besi	2,7 miligram
Natrium	35 miligram
Kalium	160 miligram

Sumber : (Puji, 2021)

2.3 Pengertian Penjualan

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Pengertian penjualan menurut Simamora (2008) menyatakan bahwa Penjualan adalah pendapat lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Sebenarnya, definisi penjualan cukup luas. Beberapa ahli menyebutkan sebagai ilmu dan beberapa lagi menyebutnya seni. Pada pokoknya, istilah menjual dapat diartikan sebagai berikut:

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya. Ada definisi lain tentang penjualan yang diterjemahkan oleh

Basu Swasta (2008) yang menyebutnya dalam istilah penjualan tatap muka (personal selling) adalah interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. Sedangkan pengertian penjualan menurut Moekijat (2011) adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhan dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Menurut Kotler (2009), variabel-variabel yang terdapat dalam penjualan adalah sebagai berikut:

a. Harga

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

b. Promosi

Merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dan disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli.

c. Kualitas

Merupakan totalitas, fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat.

d. Saluran Distribusi

Merupakan sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.

e. Produk

Merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

2.4 Jenis-jenis Penjualan

Menurut Swastha (2010), didalam penjualan terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat yaitu :

1. Trade Selling

Penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperbaiki pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk yang

baru, jadi titik beratnya penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.

2. Missionary Selling

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan

3. Technical Selling

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4. New Business Selling

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi lebih nyaman seperti halnya yang dilakukakan perusahaan asuransi

5. Responsive Selling

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving and Retaining, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Identifikasi Masalah	Metode	Hasil
Tarigan Hikemly Ardika M (2020)	Analisis Biaya Pokok Produksi dan Pendapatan Usaha Susu Kambing Peranakan Etawa (Studi Kasus pada Kelompok Ternak Maju Jaya di Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung	Bagaimana tingkat pendapatan ternak kambing perah Peranakan Etawa pada Kelompok Ternak Maju Jaya di Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung	Jenis penelitian ini kualitatif dan kuantitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi per liter susu kambing PE sebesar Rp.14.860,00. Usaha susu kambing PE pada Kelompok Ternak Maju Jaya merupakan unit usaha yang menguntungkan dengan tingkat

	Kabupaten Lampung Timur)	Timur?		keuntungan yang dihasilkan peternak sebesar Rp.1.168.038,50.
Lubis Mhd Angga Pratama (2019)	Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usaha Kue Telur Gabus di Kota Medan	Bagaimana pendapatan usaha kue telur gabus di Kota Medan? Bagaimana kelayakan usaha kue telur gabus di Kota Medan? Bagaimana saluran pemasaran kue telur gabus di Kota Medan?	Metode penelitian ini menggunakan studi kasus	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kue telur gabus di lokasi penelitian dapat memenuhi ukuran kelayakan. Sedangkan saluran pemasaran yang diteliti menghasilkan dua saluran pemasaran, saluran: produsen–konsumen dan saluran II produsen pedagang pengecer – konsumen.
Prasetyo A.F dan Nurkholis (2018)	Performa Produksi dan Potensi Pendapatan Usaha Ternak Kambing Perah di Kabupaten Lumajang	Bagaimana produktivitas ternak kambing dan potensi ekonomi peternak kambing etawa senduro di daerah sumber bibit Kambing etawa senduro.	Metode penelitian ini adalah survey	Hasil penelitian ini diperoleh bahwa usaha ternak kambing etawa di Kabupaten Lumajang memiliki potensi besar sebagai penghasilan peternak yaitu mencapai Rp.9.600.000/tahun dari penjualan cempedan pendapatan harian sebesar Rp.50.496 per hari dari penjualan susu kambing.
Riza Arviansyah, Sudarma	Analisis Pendapatan dan Sistem	Analisis produksi dan pendapatan	Data primer diperoleh melalui	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) rata-rata

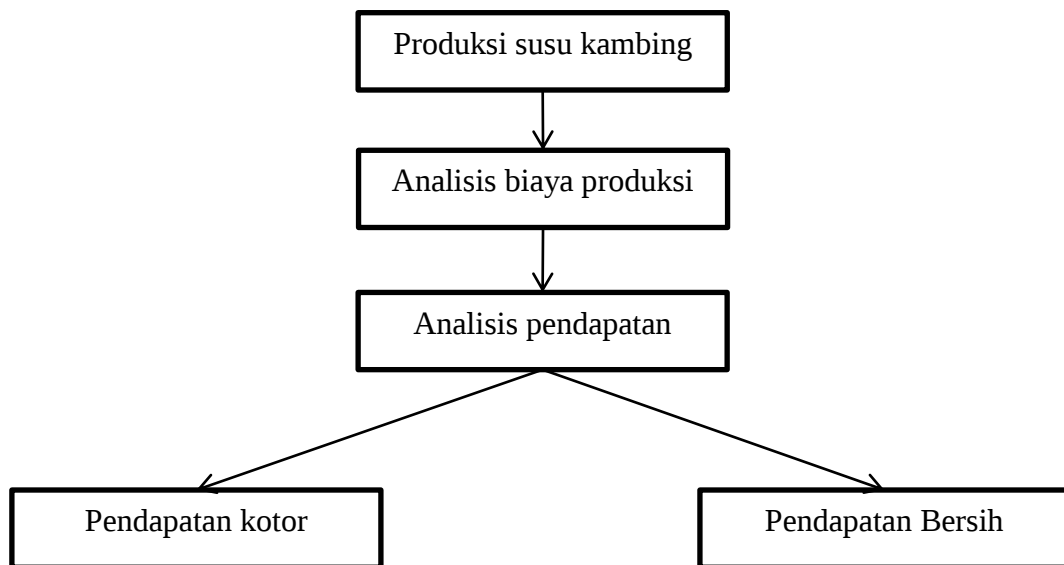
Widjaya, dan Suriaty Situmorang (2015)	Pemasaran Susu Kambing di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedunng tataan Kabupaten Peasawaran	susu kambing, analisis efisiensi sistem pemasaran susu kambing.	metode wawancara secara langsung ke peternak sampel dan lembaga perantara pemasaran dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner),	produksi susu kambing di lokasi penelitian masih di bawah potensi, namun penghasilan dinilai sudah menguntungkan, dan (2) sistem pemasaran susu kambing di lokasi penelitian tidak efisien.
---	---	--	--	--

2.6 Kerangka Pemikiran

Peternakan kambing perah, khususnya susu kambing, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar karena susu kambing memiliki nilai gizi dan harga jual yang lebih tinggi dibanding susu sapi. Fathur Farm merupakan salah satu peternakan kambing perah di Desa Kualu yang sudah mulai memasarkan susu kambing secara rutin. Meskipun memiliki potensi besar, efektivitas dan efisiensi penjualan masih menjadi tantangan, baik dari segi jumlah konsumen, strategi promosi, maupun daya saing harga, Sehingga masih perlu dianalisis dari sisi penjualan agar dapat meningkatkan pendapatan peternak dan keberlanjutan usaha.

Produksi susu kambing dipengaruhi oleh faktor biologis kambing, manajemen pemeliharaan, dan ketersediaan pakan. Produksi yang belum maksimal biasanya disebabkan oleh produksi yang tidak rutin dan kurangnya minat peternak akibat penerimaan pendapatan yang rendah. Strategi pemasaran dapat menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk susu kambing. Pengembangan produk olahan susu kambing dan inovasi pemasaran juga dapat menjadi nilai tambah untuk memperluas pasar

usaha susu kambing perah di Fathur Farm Desa Kualu, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Riau.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fathur Farm Desa Kualu, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Riau. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai April 2025. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Fathur Farm merupakan salah satu peternakan kambing perah di Kabupaten Kampar.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Sedangkan menurut Wahidmurni (2017), penelitian kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik. Data kuantitatif menyajikan data dalam bentuk angka dan analisis data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara dengan pengelola dan petugas penjualan, serta kuesioner kepada konsumen. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang sudah diolah dan disajikan oleh pihak perusahaan. Data sekunder diperoleh dari laporan penjualan Fathur Farm.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Rosaliza (2015), metode wawancara diartikan sebagai metode dimana subjek dan peneliti bertemu dalam situasi tertentu dalam proses mendapatkan informasi. Kuesioner dibuat agar wawancara lebih terarah dan hasilnya sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil wawancara dengan pemilik, karyawan, dan pedagang pengecer susu kambing Fathur Farm menghasilkan data kualitatif yaitu karakteristik usaha dan saluran pemasaran, serta data kuantitatif yaitu data struktur biaya dan pendapatan.

2. Observasi

Menurut Sarwono (2018), observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan guna melihat aktivitas produksi seperti pemberian pakan, pemerahan susu, pembersihan kandang, serta pemasaran susu kambing.

3. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2016), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma. Data yang diperoleh merupakan data yang relevan terhadap permasalahan yang bersumber dari studi pustaka seperti buku, artikel, jurnal, dan beberapa penelitian terdahulu guna mendukung penelitian.

3.4 Analisis Biaya Produksi

3.4.1 Biaya Tetap (Fixed Cost/FC)

Biaya tetap adalah suatu biaya yang konstan tanpa mempertimbangkan perubahan perubahan tingkat aktivitas dala suatu kisaran relevan tertentu. Bila suatu biaya tetap dikatakan menurun biaya per unit, maka biaya tersebut akan berubah secara terbalik dengan tingkat aktivitas (Kadriyani *et al.*, 2022). Untuk menghitung biaya tetap dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rumus: } TFC = Fx1 + Fx2 + Fx3 + Fx4 + Fx5$$

Keterangan:

TFC (Total Fixed Cost) : Total Biaya Tetap (Rp/Proses Produksi)

Fx1 (Fixed x1) : Kandang (Rp/Unit)

Fx2 (Fixed x2) : Drum Pakan (Rp/Unit)

Fx3 (Fixed x3) : Ember (Rp/Unit)

Fx4 (Fixed x4) : Sapu Biasa (Rp/Unit)

Fx5 (Fixed x5) : Sapu Lidi (Rp/Unit)

3.4.2 Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas (Darya, 2019). Contohnya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung. Secara umum biaya tidak tetap yang dapat dihitung menggunakan rumus (Guan *et al.*, 2009) sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } TVC = X1.P1 + X2.P2 + X3.P3 + X4.P4$$

Keterangan:

TVC (Total Variable Cost) : Total Biaya Tidak Tetap (Rp/produksi)

X1 (Variable X1) : Pakan

X2 (Variable X2) : Konsentrat

X3 (Variable X3) : Obat Obatan

Xn (Variabel Xn : Listrik

P1 (Price Variable X1 : Harga pakan

P2 (Price Variable X2 : Harga konsentrat

P3 (Price Variable X3 : Harga Obat obatan

Pn (Price Variable Xn) : Harga listrik

3.4.3 Biaya Penyusutan Alat

Penyusutan adalah pengalokasian harga perolehan aset tetap menjadi beban ke dalam periode akuntansi yang menikmati manfaat dari aset tetap tersebut (Rudianto, 2012). Untuk menghitung penyusutan peralatan dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Rumus: NP} = \frac{NB - NS}{UE}$$

Keterangan:

NP : Nilai Penyusutan (Rp/Unit)

NB : Nilai Baru (Rp/Unit)

NS : Nilai Sisa (20%)

UE : Usia Ekonomis (Tahun)

3.4.4 Biaya Total (Total Cost)

Biaya total yang di gunakan dengan menjumlahkan biaya tetap (total fixed cost) dan biaya tidak tetap (total variable cost). Secara matematis biaya total yang di keluarkan oleh peternak kambing perah Fathur Farm Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dapat dihitung menggunakan rumus, Sukirno (2002) sebagai berikut:

$$\text{Rumus : TC} = \text{TFC} + \text{TVC}$$

Keterangan:

TC (Total Cost) : Total Biaya usaha (Rp/Periode Produksi)

TFC (Total Fixed Cost) : Total Biaya Tetap (Rp/Periode Produksi)
TVC (Total Variable Cost) : Total Biaya Tidak Tetap (Rp/Periode Produksi)

3.5 Analisis Pendapatan

3.5.1 Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor yang diterima oleh Peternak kambing perah Fathur Farm Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dapat di hitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 1984) sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } TR = Q \cdot Pq$$

Keterangan:

TR (Total Revenue) : Pendapatan Kotor (Rp/Periode Produksi)
Q (Quantity) : Produksi susu kambing (Kg/Periode Produksi)
Pq (Price) : Harga susu kambing (Rp/Kg)

3.5.2 Pendapatan Bersih

Pendapat Bersih yang diterima oleh peternak kambing perah Fathur Farm Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dapat dihitung menggunakan rumus, Pendapatan bersih juga dapat dihitung menggunakan rumus (Soekartawi, 1995):

$$\text{Rumus: } \pi = TR - TC$$

Keterangan:

π (Phy): Pendapatan Bersih (Rp/Periode Produksi)
TR : Pendapatan Kotor (Rp/Periode Produksi)
TC : Biaya Total (Rp/Periode Produksi)

3.6 Batasan Operasional

- a. Responden adalah orang yang mengusahakan peternakan kambing perah di Fathur Farm.
- b. Produksi (Q) adalah susu kambing yang dihasilkan oleh pengusaha peternakan kambing perah dalam waktu sebulan (Kg)
- c. Biaya Produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan penunjang lainnya yang akan digunakan dalam budidaya kambing perah selama satu periode produksi (Rp)
- d. Biaya Tetap Total (Total Fixed Cost (TFC)) adalah jenis biaya yang digunakan dalam budidaya kambing perah yang bersifat statis (tidak berubah) dalam satu periode produksi (Rp)
- e. Biaya Variabel Total (Total Variable Cost (TVC)) adalah biaya yang digunakan dalam budidaya kambing perah yang berubah secara proporsional dengan aktivitas bisnis (Rp)
- f. Biaya Total (Total Cost (TC)) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam budidaya kambing perah dan merupakan penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel (Rp).
- g. Biaya Tetap Rata-rata (Average Fixed Cost (AFC)) adalah pembagian biaya tetap total (TFC) dengan jumlah produksi (Q) yang dihasilkan pada tiap tingkat produksi kambing perah (Rp).
- h. Biaya Rata-rata Variabel (Average Variable Cost (AVC)) adalah hasil bagi antara biaya variabel total (TVC) dengan jumlah produksi (Q) kambing perah yang dihasilkan (Rp)

- i. Biaya Total Rata-rata (Average Total Cost (ATC) adalah hasil bagi biaya total (TC) dengan jumlah produksi (Q) kambing perah yang dihasilkan (Rp)
- j. Penerimaan (Total Revenue (TR) adalah semua penerimaan dari hasil penjualan susu kambing atau output (Rp)
- k. Pendapatan (Rp/bulan) adalah pendapatan yang diperoleh pengusaha kambing x perah dari penerimaan (TR) dikurangi dengan total biaya (TC) (Rp)

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah total biaya operasional penjualan susu kambing perah peternakan Fathur Farm dalam periode penelitian atau 1 bulan sebesar Rp. 6.045.556 dan menghasilkan jumlah pendapatan dalam kurun waktu penelitian sebesar Rp. 18.100.000/periode penelitian dengan pendapatan bersih Rp. 12.054.444

5.2 Saran

Sebaiknya peternakan kambing perah Fathur Farm meningkatkan produksi dan mutu susu kambing, untuk menjaga harga dan permintaan tetap tinggi dan menjalin hubungan baik dengan agen serta menjalin kerja sama dengan Dinas Peternakan atau Instansi terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). Populasi ternak di Indonesia berdasarkan provinsi tahun 2022. Jakarta: BPS RI.
- Basu Swastha, W. (2008). Manajemen penjualan modern. Yogyakarta: Liberty.
- Britannica. (2023). Toggenburg goat. Dalam *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/animal/Toggenburg-goat>
- Citra, R., Yuliana, D., & Pratiwi, N. (2020). Analisis jenis pekerjaan dan kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga petani. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 88–96.
- Darya. (2019). Manajemen biaya dan akuntansi biaya. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Devendra, C., & Burns, M. (1983). Goat production in the tropics. Farnham Royal: Commonwealth Agricultural Bureaux.
- Ferro, M. M., Rossi, M., & Bragagnolo, N. (2017). Milk yield and lactation persistency of Toggenburg goats under tropical conditions. *Small Ruminant Research*, 153(1), 87–93. <https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2017.05.002>
- Guan, L., Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2009). Cost management: Accounting and control. South-Western Cengage Learning.
- Haenlein, G. F. W. (2004). Goat milk in human nutrition. *Small Ruminant Research*, 51(2), 155–163. <https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2003.08.010>
- Hamidah, S., Rahman, F., & Fitria, A. (2012). Pengantar teknologi hasil ternak. Yogyakarta: Deepublish.
- Juliansyah, E. (2020). Analisis kimia susu kambing dan sapi: Kajian nutrisi dan kualitas. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 22(2), 115–123.
- Kadriyani, R., Fadillah, S., & Wulandari, D. (2022). Analisis biaya tetap dan variabel dalam usaha peternakan sapi potong. *Jurnal Agribisnis*, 10(1), 45–52.
- Kementerian Pertanian. (2015). Statistik peternakan dan kesehatan hewan tahun 2015. Jakarta: Kementan RI.
- Kotler, P. (2009). Manajemen pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kustyawati, M. E., Sudarwanto, M., & Pramono, Y. (2012). Komposisi kimia susu kambing dan susu sapi: Kajian perbandingan gizi. *Jurnal Ilmu Ternak*, 13(1), 22–29.

- Liman, A., Sari, D., & Pratama, H. (2024). Manajemen pemeliharaan kambing perah dalam mendukung produktivitas ternak. *Jurnal Peternakan Tropika*, 12(1), 45–52.
- Lubis, M. A. P. (2019). Analisis pendapatan dan pemasaran usaha kue telur gabus di Kota Medan. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Mardikanto, T. (2009). Sistem penyuluhan pertanian. Surakarta: UNS Press.
- Marlina, S., Rahman, T., & Yusuf, A. (2018). Pengaruh penggunaan milk can terhadap kualitas susu segar di tingkat peternak. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 6(3), 150–156.
- Maulidah, N. (2012). Analisis biaya produksi pada usaha ternak sapi perah di Kabupaten Malang. *Jurnal Agripet*, 12(1), 1–7.
- Moekijat. (2011). Prinsip-prinsip pemasaran dan penjualan. Bandung: Mandar Maju.
- Moelijanto, R., & Wijayakusuma, H. (2002). Khasiat susu kambing untuk kesehatan dan pengobatan. Jakarta: Pustaka Populer Obor.
- Moeljanto, R., & Bernadius, T. (2002). Kambing perah unggul dan teknik pemeliharaannya. Yogyakarta: Kanisius.
- Mubyarto, 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta : Edisi Ke- Tiga .LP3S Shinta, 2011. Ilmu usaha Tani. Malang: Universitas Brawijaya
- Mulyadi, 2013. Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta
- Mulyono, S., & Sarwono, B. (2010). Ternak kambing perah dan teknik beternak modern. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Prasetyo, A. F., & Nurkholis. (2018). Performa produksi dan potensi pendapatan usaha ternak kambing perah di Kabupaten Lumajang. Malang: Universitas Brawijaya.
- Pribadiningtyas, D., Suryani, L., & Wahyudi, D. (2012). Produktivitas kambing Saanen pada berbagai kondisi iklim. *Jurnal Peternakan Tropika*, 9(2), 56–63.
- Puji, N. (2021). Manfaat susu kambing bagi kesehatan tubuh manusia. *Jurnal Kesehatan Alami*, 8(1), 10–17.
- Riza, A., Widjaya, S., & Situmorang, S. (2015). Analisis pendapatan dan sistem pemasaran susu kambing di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedung Tataan, Kabupaten Pesawaran. Lampung: Universitas Lampung.
- Rosaliza, R. (2015). Metodologi penelitian sosial. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rudianto, 2012. Pengantar Akuntansi Pendapatan Usahatani Padi. Jurnal. Kabupaten Monggo. Edisi III

- Ruegg, P. L. (2003). Practical food safety and mastitis control in dairy goats. *Journal of Dairy Science*, 86(1), 1–12.
- Saleh, E. (2004). Ilmu dan teknologi susu. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Salladin, D. (1994). Analisis umur produktif tenaga kerja dalam sektor pertanian di Indonesia. Jakarta: Departemen Pertanian.
- Sarwono, S. W. (2018). Metode penelitian kualitatif dan observasi lapangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiadi, B., Surono, R., & Purwanto, H. (2001). Produktivitas kambing Saanen di Indonesia. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 6(1), 45–53.
- Simamora, H. (2008). Manajemen pemasaran internasional. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Soekartawi, 1984. Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian. UI-PRESS. Jakarta
- Soekartawi, 1984. Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian. UI-PRESS. Jakarta
- Mulyadi, 2011. Sistem Akuntansi. Yogyakarta : Salemba Empat
- Soekartawi, 1995. Analisis Usahatani. Jakarta: UI-PRESS
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno. 2002. Makro Ekonomi Modern, P.T. Rajawali Grafindo Persada : Jakarta
- Suroto (2000). Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity. Yogyakarta
- Sutama, I. K. (2014). Produktivitas kambing perah di Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Ternak*, 14(1), 1–10.
- Swastha, B. (2010). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, H. A. M. (2020). Analisis biaya pokok produksi dan pendapatan usaha susu kambing Peranakan Etawa (studi kasus pada Kelompok Ternak Maju Jaya di Kabupaten Lampung Timur). Lampung: Universitas Lampung.
- Wahidmurni. (2017). Metodologi penelitian kuantitatif dan aplikasi statistik. Malang: Universitas Negeri Malang Press.
- Wandira, A., Hidayat, R., & Rukmini, D. (2025). Pengaruh pemberian vitamin terhadap produksi susu kambing perah. *Jurnal Nutrisi Ternak Tropis*, 15(2), 87–94.
- Winta, R. (2019). Pengaruh jumlah tanggungan keluarga terhadap tingkat kesejahteraan rumah tangga petani di pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 45–53.

- Zain, M. (2013). Kualitas susu kambing sebagai bahan pangan fungsional. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan*, 2(1), 14–19.
- Zakaria, F., Rahayu, E., & Handayani, T. (2011). Analisis komposisi susu kambing dan manfaatnya bagi kesehatan. *Jurnal Ilmu Peternakan*, 5(2), 30–37.