

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, P. M. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kedua. PT. Rajawali Grafindo.
- Anggraeni, F., D. Suryadi, dan A. Fitriani. 2014. Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Konsentrat (Studi Kasus di Unit Pengolahan Pakan (UPP) Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS) Pangalengan Jawa Barat). *Jurnal Fokus Bisnis*. 12 (02) : 17-27.
- Amalia, J.A., H. D. Utami, dan B. A. Nugroho. 2013. Analisis pemasaran usaha ayam broiler skala kecil dan besar pada pola Kemitraan PT Sinar Sarana sentosa Malang. *Jurnal Agrisistem*. 9(31) : 36–38.
- Amrullah, I. K. 2003. Manajemen Ternak Ayam Broiler. IPB-Press. Bogor.
- Atmoko, T. P. H. 2018. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1 (2) : 83-96.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Populasi Ayam Ras Pedaging Menurut Provinsi.
- Daniel. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Firdaus, M. 2010. Manajemen Agribisnis. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Fitriani. 2006. Analisa Kinerja Usaha Pemasaran Pakan Ayam Pada Rajawali Feed Centre Padang. Jurusan Produksi ternak, Fakultas Peternakan, Universitas Andalas. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 11 (3) : 211-221.
- Gunawan. 2008. Analisis Pemasaran Beras Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani. Universitas Barawijaya. Malang. *Jurnal AGRISE*, 8 (1) : 1412-1425.
- Gustini, S. 2005. Kebijakan Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ayam (Studi Kasus Pada Rajawali Feed Centre Padang), Skripsi. Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Padang.
- Hanafie, R. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Hartono. 1999. Beternak Daging Ayam Ras Super. CV. Gunung Mas. Pekalongan.
- Haslinda, A.N. 2016. Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.

- Hastang, dan Asnawi, A. 2015. Saluran, Margin dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Sapi Potong dari Kabupaten Bone ke Kota Makassar. *Jurnal JITP* 4 (1) : 35-43.
- Hernomo, A. D., Aprianti., dan Widayanto. 2012. Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan permen tolak angin pada PT. Muncul Mekar Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Jurnal Administrasi Bisnis*, 12 (6) : 22-45.
- Indriyo, G. S. 2001. *Akuntansi Biaya Edisi Ketujuh*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Junaidi, L., Rizal. A., Mochamad. N. N. K., Tiurlan. F. H. 2000. Analisis Tekno-Ekonomi Industri Pakan Ternak Unggas Skala Kecil. *Warta IHP*. 17 (2) : 135-154.
- Kamaludddin, 2008. Lembaga dan Saluran Pemasaran. www.jurnalistik.co.id. di akses pada tanggal 01 Juni 2021.
- Kementerian Pertanian. 2019. *Buletin Konsumsi Pangan*. Volume 10 Nomer 01 2019.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. PT. Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks. Jakarta.
- Lamb, C.W., Hair, J. F., dan Daniel. C. 2001. *Pemasaran Buku 1*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Limpo, H.Y. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Petelur (Studi Kasus PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Makassar). Tesis. Pascasarjana Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Lestari, O., Ali, I. H., Eka, K. 2017. Analisis Usahatani dan Efisiensi pemasaran Kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal JIA*, 5 (1) : 20-28.
- Mandak, Y., Rorimpandey, B.P.O.V. Waleleng, dan F.N.S. Oroh. 2017. Analisis margin pemasaran ayam broiler di pasar tradisional Kota Manado (study kasus di pasar bersehati Calaca dan Pinasungkulan Karombasan). *Jurnal Zootek*. 3(1):70-79.
- Martin, M. I. P. 2012. Integrasi Pasar TSB (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit Pedesaan Asahan dengan Pasar Nasional. Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Sosial Ekonomika Bisnis*, 20 (1) : 12-22.
- Musyafir. 2018. Margin dan Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler di PT. Nusantara Inti Satwa Kabupaten Bima. Skripsi. Jurusan Ilmu Peternakan, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Alauddin Makassar.

- Nazaruddin, R., Suryahadi, dan M. Sarma. 2011. Analisis strategi pemasaran peternakan ayam CV Intan Jaya Abadi Sukabumi. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 6(2) : 64-73.
- Nurlaila, S. 2009. Analisis Margin Pemasaran Ubi Kayu (*Manihot Utilissima*) (Studi Kasus di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Nuryanto, H. 2007. Budi Daya Ayam Broiler. Yogyakarta : Azka Press.
- Ocktaviyanti, I. P. 2013. Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Media Pressindo. Skripsi. Program Studi Akuntansi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Purwati, C. I., dan Wijayanti, I. R. 2013. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal dalam Rangka Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4 (5) : 53-63.
- Prasetyo, D., I. N. Kartika. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Ayam Broiler di Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Jurnal Piramida*, 13 (2), 77-86.
- Rahmat, R, M. 2012. Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rasyaf, M. 2006. Manajemen Peternakan Ayam Broiler. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Riwukore, J. R., Y. Susanto, dan F. Habaora. 2020. Faktor Penentu dan Dampak Keberadaan Perusahaan Ayam Ras Pedaging di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis*, 10 (2) : 141-152.
- Rosmawati, H. 2011. Analisis efisiensi pemasaran pisang produksi petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Argonobis*, 3 (5) : 1-9.
- Sa'id, E. G, dan Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Simamora, H. 2000. Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Septian, M., Muhammad, F, A. 2014. Struktur Perilaku Kinerja Dalam Persaingan Industri Pakan Ternak Di Indonesia Periode Tahun 1986-2010. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 11 (2) : 77-88.

- Susilorini, E.T. 2008. Budi Daya 22 Ternak Potensial. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Suryadewi, A. D., Endang, S. R., Setyowati. 2018. Efisiensi Pemasaran Jagung Di Kabupaten Sragen. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Jurnal AGRISTA, 6 (1) : 17-25.
- Soemarso. 2004. Akuntansi Suatu Pengantar Jilid 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Soekartawati. 1993. Risiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis. Bpfe. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi. CV Rajawali, Bandung.
- Stanton, W.J. 1993. Prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi ketujuh, terjemahan Yohanes Lamarto. Erlangga. Jakarta.
- Syahyunan. 2004. Efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan pencapaian target penjualan. Universitas Sumatera Utara. Jurnal Ekonomi Manajemen, 4 (2) : 31-42.
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wello, B. 2008. Strategi Peningkatan Genetik Sapi Bali di Sulawesi Selatan, Universitas Hasanuddin. Jurnal JTPII, 26 (2) : 73-80.
- Yusdja, Y., dan Effendi, P. 2016. Analisis Harga Pokok dan Bentuk Pasar Pakan dan Kaitannya dengan Pengembangan Agribisnis Ayam Ras Rakyat. Jurnal Aves, 4 (6) : 20-40.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian PT. Sinar Terang Madani

Dalam rangka pengumpulan data sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “Analisis Saluran Distribusi Pakan Ayam Pedaging (Studi Kasus PT. Sinar Terang Madani)”, maka peneliti bermaksud memberi pertanyaan berupa kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : Nanang Wirahadi
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki
3. Posisi di PT. Sinar Terang Madani : Marketing Manager
4. No. Hp : 085255772252

Peneliti

ASWAD
I011 17 1318



FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021

Silahkan menjawab pertanyaan berikut dengan sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan di PT. Perkasa Group saat ini

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Perkasa Group ?

.....
.....

2. Apa visi, misi, dan tujuan PT. Perkasa Group ?

.....
.....

3. Bagaimana struktur organisasi pada PT. Perkasa Group dan apa yang menjadi tugas pada tiap bagian?

.....
.....

• **Harga**

1. Bagaimana Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Perkasa Group dan berdasarkan apa pihak PT. Perkasa Group menetapkan harga ?

Jawab:.....
.....

2. Apakah ada konsekuensi yang dihadapi bila harga jual ditetapkan tinggi, sedang atau rendah?

Jawab:.....
.....

• **Produk**

1. Produk apa saja yang diproduksi di PT. Perkasa Group ?

Jawab:.....
.....

2. Produk apa saja yang menjadi favorit di PT. Perkasa Group ?

Jawab:.....
.....

• **Lokasi (Place)**

1. Apakah yang menjadi alasan PT. Perkasa Group mendirikan kantor beserta gudang disini?

Jawab:.....
.....

2. Bagaimana jalur distribusi yang digunakan PT. Perkasa Group dalam memasarkan produknya ?

Jawab:.....

3. Transportasi apa saja yang digunakan PT. Perkasa Group dalam memasarkan produknya?

Jawab:.....

Data Volume Produksi Pakan Ayam Pedaging

	Periode Waktu Produksi	Volume Produksi Menurut Jenisnya		
		Pre Starter (Pecahan Pellet)	Starter (Pecahan Pellet)	Finisher (Pellet)
1.	Hari	15%	60%	25%
2.	Minggu	105%	420%	175%
3.	Bulan	450%	1800%	750%
4.	Tahun	5.475%	21.900%	9.125%

No	Pembeli Produk Pakan Ayam Pedaging			
	Nama	Alamat	No. Hp	Status
1.	Bina Unggas	Jl. Masjid Raya	08124180268	Agen
2.	Mustari	Jl. Paccerrakkang	082349559884	Agen
3.	Salma	Jl. Paccerrakkang	081425326899	Pengecer 1 Saluran Distribusi II
4.	Darwis	Jl. Paccerrakkang	082342776503	Pengecer 2 Saluran Distribusi II
5.	Normah	Jl. Paccerrakkang	082754483229	Pengecer 1 Saluran Distribusi III
6.	Usman	Komp. Pasar Pannampu	082312233001	Pengecer 2 Saluran Distribusi III
7.	Hastati	Komp. Pasar Pannampu	082145443576	Pengecer 3 Saluran Distribusi III
8.	Ratih	Komp. Pasar Pannampu	082190958405	Pengecer 4 Saluran Distribusi III

Lampiran 2. Biaya Pemasaran Tiap Lembaga Pemasaran

Saluran Distribusi I				
Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran (PT. Sinar Terang Madani)				
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp/sak)	Keterangan
Biaya Tetap	905	Sewa Gudang	2,712,329	Sewa gudang Rp.60.000.000/tahun sehingga untuk mengetahui sewa gudang per bulan di bagi 12 bulan
		Penyusutan Alat Transportasi	1% 12,329 369,863 92,466	Harga perolehan terbaru Rp.370.000.000 Harga sisa Rp.280.000.000, usia ekonomis selama 20 tahun untuk pakan ayam pedaging
Biaya Variabel		Komunikasi	350,000	Biaya pembelian pulsa dalam berkomunikasi
		Biaya Cetak	450,000	Cetak brosur pakan sebanyak 1 rim
		Transportasi	280,000	Biaya bensin dari Barru ke Makassar
Jumlah			3,884,795	
Rata-rata			4,293	

PT. Sinar Terang Madani			hari	bulan
Pakan pedaging	550	33,000,000	90,411	2,712,329
Pakan petelur	320			
Pakan babi	95			
Pakan ayam aduan	35			
	1000			

Saluran Distribusi II				
Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran (Pengecer 1) Salma				
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel	105	Biaya Pembelian	80,000	Berupa transportasi (bensin)
		Gaji Tenaga Kerja	42,677	3 tenaga kerja dengan pembagian waktu masuk kerja berbeda (pagi, siang, sore) diberikan sebesar Rp.25.000. Menjual berbagai macam pakan ternak dan juga peralatan untuk peternakan. Jadi, selama sebulan sebesar Rp.750.000
		Komunikasi	50,000	Paket nelpon perbulan
Biaya Tetap		Penyusutan Gudang	13%	Harga perolehan gudang Rp.12.000.000
			4,110	Usia ekonomis selama 8 tahun
			123,288	
			20,548	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	3%	Harga perolehan terbaru Rp.275.000.000
			20,548	Harga sisa Rp.185.000.000, usia ekonomis
			616,438	selama 12 tahun
			102,740	untuk pakan ayam pedaging
		Pajak	8,166	Pajak pertahun sebesar Rp.350.000
				ukuran bangunan 7m x 14m, ukuran tempat
				menjual 7m x 4m, jadi Rp.8.166/bulan
			1,361	untuk pakan ayam pedaging
Jumlah			297,325	
Rata - rata			2,832	

Salma		tahun	hari	bulan
Pakan pedaging	60	519,231	1,423	42,677
Pakan petelur	45			
Jagung giling	50			
Pakan ikan	25			
Obat-obatan	40			
Peralatan kandang	40			
	260			

Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran (Pengecer 2) Darwis				
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel	110	Biaya Pembelian	50,000	Berupa transportasi (bensin)
		Gaji Tenaga Kerja	38,317	Tenaga kerja sebanyak 3 orang digaji sebesar Rp.30.000/hari/orang. Menjual berbagai macam pakan ternak dan peralatan peternakan
				Jadi, selama sebulan sebesar Rp.623,077
		Komunikasi	50,000	Paket nelpon perbulan
Biaya Tetap		Penyusutan Gudang	8%	Harga perolehan gudang Rp 18.000.000
			4,110	Usia ekonomis selama 12 tahun
			123,288	
			30,822	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	2%	Harga perolehan terbaru Rp.252.000.000
			11,324	Harga sisa Rp.190.000.000, usia ekonomis
			339,726	selama 15 tahun
			84,932	untuk pakan ayam pedaging
		Pajak	9,000	Pajak pertahun sebesar Rp.400.000. Jadi, ukuran bangunan 6m x 18m, ukuran tempat
				menjual 6m x 5m. Jadi Rp.9.000/bulan
			2,250	untuk pakan ayam pedaging
Jumlah			256,320	
Rata - rata			2,330	

Darwis		tahun	hari	bulan
Pakan pedaging	24	466,187	1,277	38,317
Pakan petelur	25			
Jagung giling	55			
Peralatan kandang	35			
	139			

Rata - rata biaya pemasaran pedagang pengecer	
Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/sak/bulan)
Pengecer 1	2,832
Pengecer 2	2,330
Jumlah	5,162
Rata -rata	2,581

Saluran Distribusi III				
Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran (Agen1) Mustari				
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel	200	Biaya Pembelian	80,000	Berupa transportasi (bensin)
		Biaya Pengantaran	30,000	Biaya pengantaran berupa bensin berkisar Rp 30.000
		Gaji Tenaga Kerja	196,373	Dalam sehari biaya tenaga kerja sebesar Rp. 45.000/hari/orang. Jadi, untuk 6 tenaga kerja dalam sebulan sebesar Rp. 8.100.000 Untuk memperoleh gaji tenaga kerja khusus pakan ayam pedaging dijumlahkan jenis pakan yang dijual kemudian dibagi keseluruhan total biaya tenaga kerja.
		Komunikasi	50,000	Paket nelpon perbulan
Biaya Tetap		Penyusutan Gudang	7%	Harga perolehan gudang Rp.25.000.000
			4,566	Usia ekonomis selama 15tahun
			136,986	
			27,397	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	2%	Harga perolehan terbaru Rp.305.000.000
			13,699	Harga sisa Rp.230.000.000, usia ekonomis
			410,959	selama 15 tahun
			82,192	untuk pakan ayam pedaging
		Pajak	41,666	Pajak pertahun sebesar Rp.500.000. Jadi Rp.41.666/bulan
				8,333
Jumlah	200		474,296	
Rata - rata			2,371	

Mustari		tahun	hari	bulan
Pakan pedaging	205	2,389,209	6,546	196,373
Pakan petelur	175			
Jagung giling	200			
Pakan ikan	60			
Peralatan kandang	55			
	695			

Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran (Agen 2) Bina Unggas				
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel	220	Biaya Pembelian	100,000	Biaya bensin truck sekali pengangkutan dalam sebulan
		Gaji Tenaga Kerja	754,488	Biaya perhari sebesar Rp 100.000 sebanyak 18 orang selama sebulan jadi sebesar Rp 54.000.000
				untuk pakan broler
		Biaya Pengantaran	80,000	Berupa bensin dalam seminggu sekitar Rp 20.000, jadi dalam sebulan Rp.80.000
		Komunikasi	50,000	Paket nelpon perbulan
Biaya Tetap		Penyusutan Gudang	5%	Harga perolehan gudang Rp 45.000.000
			6,164	Usia ekonomis selama 20 tahun
			184,932	
			30,822	untuk pakan ayam pedaging
		Pajak	66,000	Pajak pertahun sebesar Rp 800.000. Jadi Rp.66.666/bulan
			11,000	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	2%	Harga perolehan terbaru Rp.325.000.000
			15,525	Harga sisa Rp.240.000.000, usia ekonomis
			465,753	selama 15 tahun
			77,626	untuk pakan ayam pedaging
Jumlah			1,103,935	
Rata - rata			5,018	

Bina Unggas		tahun	hari	bulan
Pakan pedaging	230	9,179,601	25,150	754,488
Pakan petelur	200			
Jagung giling	568			
Pakan babi	200			
Pakan ikan	100			
Peralatan kandang	55			

Rata - rata biaya pemasaran Agen	
Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/sak/bulan)
Agen 1	2,371
Agen 2	5,018
Jumlah	7,389
Rata -rata	3,695

Biaya Pemasaran lembaga pemasaran (Pedagang Pengecer)			Normah	
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Tetap	40	Penyusutan Gudang	20%	Harga perolehan gudang Rp.10.000.000. Usia ekonomis selama 5 tahun
			5,479	
			164,384	
			41,096	untuk pakan ayam pedaging
		Pajak	4,166	Pajak pertahun sebesar Rp.200.000
				Ukuran bangunan 7m x 12m, ukuran tempat jualan 7m x 3m. Jadi pajak Rp.4.166/bulan
			1,042	untuk pakan ayam pedaging
Biaya Variabel		Komunikasi	12,000	Pulsa nelpon
Jumlah			54,137	
Rata - rata			1,353	

Normah	
Pakan pedaging	40
Pakan petelur	25
Pakan ikan	20
Peralatan kandang	5
	90

Biaya Pemasaran lembaga pemasaran (Pedagang Pengecer)			Usman	
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel	8	Transportasi	32,000	Biaya transportasi berupa bensin motor sebesar Rp 8.000/liter sekali pembelian perminggu, jadi perbulannya sebesar Rp 32.000 karena hanya membeli 2 sak perminggunya
Biaya Tetap		Retribusi	90,000	Biaya sewa tempat dibayar Rp 3.000/hari, jadi dalam sebulannya dibayar sebesar Rp 90.000
			22,500	untuk pakan ayam pedaging
		Sewa tempat	200,000	Menyewakan tempat untuk berjualan
			50,000	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	8%	Harga perolehan terbaru Rp.14.000.000
			3,082	Harga sisa Rp.5.000.000, usia ekonomis
			92,466	selama 8 tahun
			23,116	untuk pakan ayam pedaging
Jumlah			127,616	
Rata - rata			15,952	

Usman	
Pakan pedaging	8
Pakan petelur	8
Pakan ikan	8
Peralatan kandang	15
	39

Biaya Pemasaran lembaga pemasaran (Pedagang Pengecer)			Hastati	
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Tetap	30	Retribusi	90,000	Biaya sewa tempat dibayar Rp 3.000/hari, jadi dalam sebulannya dibayar sebesar Rp 90.000
			22,500	untuk pakan ayam pedaging
		Sewa tempat	200,000	Menyewakan tempat untuk berjualan
			50,000	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	7%	Harga perolehan terbaru Rp.18.500.000
			3,596	Harga sisa Rp.8.000.000, usia ekonomis
			107,877	selama 8 tahun
			26,969	untuk pakan ayam pedaging
Biaya Variabel		Transportasi	32,000	Biaya bensin sebanyak 2x dalam sebulan membeli pakan
Jumlah			131,469	
Rata - rata			4,382	

Hastati	
Pakan pedaging	30
Pakan petelur	10
Pakan ikan	8
Peralatan kandang	18
	66

Biaya Pemasaran lembaga pemasaran (Pedagang Pengecer)			Ratih	
Jenis Biaya	Jumlah Pakan (sak/bulan)	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)	Keterangan
Biaya Tetap	25	Retribusi	90,000	Biaya sewa tempat dibayar Rp 3.000/hari, jadi dalam sebulannya dibayar sebesar Rp 90.000
			22,500	untuk pakan ayam pedaging
		Sewa tempat	200,000	Menyewakan tempat untuk berjualan
			50,000	untuk pakan ayam pedaging
		Penyusutan Alat Transportasi	2%	Harga perolehan terbaru Rp.29.000.000
			1,918	Harga sisa Rp.22.000.000, usia ekonomis
			57,534	selama 10 tahun
			14,384	untuk pakan ayam pedaging
Biaya Variabel		Transportasi	32,000	Biaya bensin sebanyak 2x dalam sebulan membeli pakan
Jumlah			118,884	
Rata - rata			4,755	

Ratih	
Pakan pedaging	25
Pakan petelur	12
Pakan ikan	10
Peralatan kandang	15
	62

Rata - rata biaya pemasaran pedagang pengecer	
Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/sak/bulan)
Pengecer 1	1,353
Pengecer 2	15,952
Pengecer 3	4,382
Pengecer 4	4,755
Jumlah	26,443
Rata -rata	5,289

Lampiran 3. Volume Penjualan dan Pembelian serta Harga Jual Lembaga Pemasaran

Saluran Distribusi I

Volume Penjualan dan Harga Jual Pakan Ayam Pedaging Menurut Jenisnya di PT. Sinar Terang Madani

No.	Lembaga Pemasaran	Volume Penjualan (sak/bulan)	Harga Jual Ke Konsumen			Total Harga Jual (Rp/sak)	Rata-rata Harga Jual (Rp/sak)
			Pre Starter (Rp/sak)	Starter (Rp/sak)	Finisher (Rp/sak)		
1	PT. Sinar Terang Madani	905	450.000	440.000	430.000	1.320.000	440.000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2021.

Saluran Distribusi II

Volume Pembelian Pengecer dan Harga Jual Pakan Ayam Pedaging Menurut Jenisnya

No.	Lembaga Pemasaran	Volume Pembelian (sak/bulan)	Harga Jual Ke Konsumen			Total Harga Jual (Rp/sak)	Rata-rata Harga Jual (Rp/sak)
			Pre Starter (Rp/sak)	Starter (Rp/sak)	Finisher (Rp/sak)		
1	Pengecer 1	105	500.000	475.000	450.000	1.425.000	475.000
2	Pengecer 2	110	500.000	475.000	450.000	1.425.000	475.000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2021.

Saluran Distribusi III

Volume Pembelian Agen dan Harga Jual Pakan Ayam Pedaging Menurut Jenisnya

No.	Lembaga Pemasaran	Volume Pembelian (sak/bulan)	Harga Jual ke Pengecer			Total Harga Jual (Rp/sak)	Rata-rata Harga Jual (Rp/sak)
			Pre Starter (Rp/sak)	Starter (Rp/sak)	Finisher (Rp/sak)		
1	Agen 1	200	460.000	450.000	440.000	1.350.000	450.000
2	Agen 2	220	460.000	450.000	440.000	1.350.000	450.000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2021.

Volume Pembelian Pengecer dan Harga Jual Pakan Ayam Pedaging Menurut Jenisnya

No.	Lembaga Pemasaran	Volume Pembelian (sak/bulan)	Harga Jual Ke Konsumen			Total Harga Jual (Rp/sak)	Rata-rata Harga Jual (Rp/sak)
			Pre Starter (Rp/sak)	Starter (Rp/sak)	Finisher (Rp/sak)		
1	Pengecer 1	40	500.000	475.000	450.000	1.425.000	475.000
2	Pengecer 2	8	525.000	500.000	475.000	1.500.000	500.000
3	Pengecer 3	30	525.000	500.000	475.000	1.500.000	500.000
4	Pengecer 4	25	525.000	500.000	475.000	1.500.000	500.000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2021.

Lampiran 4. Menghitung Margin Tiap Lembaga Pemasaran Yang Terlibat Dan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Pakan Ayam Pedaging PT. Sinar Terang Madani

a. Margin lembaga pemasaran dan saluran distribusi II

- Margin lembaga pemasaran

(Rata-rata Harga Jual dan Rata-rata Harga Beli Pengecer 1&2)

$$\begin{aligned}ML_p &= H_j - H_b \\ &= \text{Rp.475.000} - \text{Rp.440.000} \\ &= \text{Rp.35.000/sak}\end{aligned}$$

- Margin saluran distribusi

$$\begin{aligned}MP &= ML_{p.1} + ML_{p.2} \\ &= \text{Rp.35.000} + \text{Rp.35.000} \\ &= \text{Rp.70.000/sak}\end{aligned}$$

Rata-rata Margin Pengecer = Rp.35.000/sak

b. Margin lembaga pemasaran dan saluran distribusi III

- Margin lembaga pemasaran

➤ (Rata-rata Harga Jual dan Rata-rata Harga Beli Agen 1&2)

$$\begin{aligned}ML_p &= H_j - H_b \\ &= \text{Rp.450.000} - \text{Rp.440.000} \\ &= \text{Rp.10.000/sak}\end{aligned}$$

➤ (Rata-rata Harga Jual dan Rata-rata Harga Beli Pengecer 1)

$$\begin{aligned}ML_p &= H_j - H_b \\ &= \text{Rp.475.000} - \text{Rp.450.000} \\ &= \text{Rp.25.000/sak}\end{aligned}$$

- (Rata-rata Harga Jual dan Rata-rata Harga Beli Pengecer 2, 3, dan 4)

$$\begin{aligned} \text{MLp} &= \text{Hj} - \text{Hb} \\ &= \text{Rp.500.000} - \text{Rp.450.000} \\ &= \text{Rp.50.000/sak} \end{aligned}$$

- Margin saluran distribusi

$$\begin{aligned} \text{MP} &= \text{MLp.1} + \text{MLp.2} + \text{MLp.3} + \text{MLp.4} + \text{MLp.5} \\ &= \text{Rp.10.000} + \text{Rp.25.000} + \text{Rp.50.000} + \text{Rp.50.000} + \\ &\quad \text{Rp.50.000} \\ &= \text{Rp.185.000/sak} \end{aligned}$$

Lampiran 5. Menghitung Keuntungan Tiap Lembaga Pemasaran Yang Terlibat Dan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Pakan Ayam Pedaging PT. Sinar Terang Madani

a. Keuntungan lembaga pemasaran dan saluran distribusi II

- Keuntungan lembaga pemasaran

(Pengecer 1)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.}35.000 - \text{Rp.}2.832 \\ &= \text{Rp.}32.168/\text{sak}\end{aligned}$$

(Pengecer 2)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.}35.000 - \text{Rp.}2.330 \\ &= \text{Rp.}32.670/\text{sak}\end{aligned}$$

- Keuntungan saluran distribusi

$$\begin{aligned}\Pi_t &= \Pi_1 + \Pi_2 \\ &= \text{Rp.}32.168 + \text{Rp.}32.670 \\ &= \text{Rp.}64.838/\text{sak}\end{aligned}$$

b. Keuntungan lembaga pemasaran dan saluran distribusi III

- Keuntungan lembaga pemasaran

(Agen 1)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.}10.000 - \text{Rp.}2.371 \\ &= \text{Rp.}7.629/\text{sak}\end{aligned}$$

(Agen 2)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.}10.000 - \text{Rp.}5.018 \\ &= \text{Rp.}4.982/\text{sak}\end{aligned}$$

(Pengecer 1)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.25.000} - \text{Rp.1.353} \\ &= \text{Rp.23.647/sak}\end{aligned}$$

(Pengecer 2)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.50.000} - \text{Rp.15.952} \\ &= \text{Rp.34.048/sak}\end{aligned}$$

(Pengecer 3)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.50.000} - \text{Rp.4.382} \\ &= \text{Rp.45.618/sak}\end{aligned}$$

(Pengecer 4)

$$\begin{aligned}\Pi &= ML - TC \\ &= \text{Rp.50.000} - \text{Rp.4.755} \\ &= \text{Rp.45.245/sak}\end{aligned}$$

- Keuntungan saluran distribusi

$$\begin{aligned}\Pi_t &= \Pi_1 + \Pi_2 + \Pi_3 + \Pi_4 + \Pi_5 + \Pi_6 \\ &= \text{Rp.7.629} + \text{Rp.4.982} + \text{Rp.23.647} + \text{Rp.34.048} + \text{Rp.45.618} + \\ &\quad \text{Rp.45.245} \\ &= \text{Rp.161.169/sak}\end{aligned}$$

Lampiran 6. Menghitung Tingkat Efisiensi Tiap Lembaga Pemasaran Yang Terlibat Dan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Pakan Ayam Pedaging PT. Sinar Terang Madani

a. Efisiensi lembaga pemasaran pada saluran distribusi I

(PT. Sinar Terang Madani)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{4.293}{440.000} \times 100 \% = 0,9\% \end{aligned}$$

b. Efisiensi lembaga pemasaran pada saluran distribusi II

(Pengecer 1)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{2.832}{475.000} \times 100 \% = 0,5\% \end{aligned}$$

(Pengecer 2)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{2.330}{475.000} \times 100 \% = 0,4\% \end{aligned}$$

c. Efisiensi lembaga pemasaran pada saluran distribusi III

(Agen 1)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{2.371}{450.000} \times 100 \% = 0,5\% \end{aligned}$$

(Agen 2)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{5.018}{450.000} \times 100 \% = 1,1\% \end{aligned}$$

(Pengecer 1)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{1.353}{475.000} \times 100 \% = 0,2\% \end{aligned}$$

(Pengecer 2)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{15.952}{500.000} \times 100 \% = 3,1\% \end{aligned}$$

(Pengecer 3)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{4.382}{500.000} \times 100 \% = 0,8\% \end{aligned}$$

(Pengecer 4)

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{BP}{NP} \times 100 \% \\ &= \frac{4.755}{500.000} \times 100 \% = 0,9\% \end{aligned}$$

Lampiran 7. Dokumentasi Lembaga Pemasaran yang Terlibat Dalam Pemasaran Pakan Ayam Pedaging PT. Sinar Terang Madani



Ket : Manager Marketing PT. Sinar Terang Madani



Ket : Manager Marketing PT. Sinar Terang Madani



Ket : Gudang PT. Sinar Terang Madani



Ket : Pengecer 1 Saluran Distribusi II



Ket : Pengecer 2 Saluran Distribusi II



Ket : Agen 1 Saluran Distribusi III



Ket : Agen 2 Saluran Distribusi III



Ket : Pengecer 1 Saluran Distribusi III



Ket : Pengecer 2 Saluran Distribusi III



Ket : Pengecer 3 Saluran Distribusi III



Ket : Pengecer 4 Saluran Distribusi III



Ket : Brosur Pakan PT. Sinar Terang Madani



Ket : Brosur Pakan PT. Sinar Terang Madani

RIWAYAT HIDUP



Nama saya adalah ASWAD. Lahir di Corawali pada 30 September 1998 yang lebih tepatnya di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Muh. Tahir dan Sumarni. Kedua orang tua saya berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil. Hobi saya adalah bermain futsal. Sekarang saya tinggal di BTP Blok AD No. 1640, Makassar. Ketika berumur 7 tahun saya memulai jenjang pendidikan di SDN 24 Macanang. Kemudian setelah lulus saya melanjutkan pendidikan di MTsN Watampone. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 4 Watampone dan baru saja di ubah menjadi SMAN 13 Bone. Setelah ujian nasional saya mengikuti bimbingan belajar bersama teman-teman untuk pendaftaran SBMPTN di Jilc Alauddin. Meskipun saya juga masih menunggu hasil pengumuman kelulusan SNMPTN dan tetap terus berdoa agar di beri kelancaran namun tak salah jika saya juga harus mempersiapkan diri untuk mengikuti tes. Disitulah saya bisa bertemu dengan teman-teman baru yang memiliki perbedaan seperti gaya bahasa, asal daerah dan di persatukan dalam wadah untuk saling melengkapi. Sekarang saya melanjutkan pendidikan tingkat tinggi di salah satu universitas di Makassar yaitu Universitas Hasanuddin pada Fakultas Peternakan dan lulus melalui jalur SBMPTN pada tahun 2017. Kadang kita harus merasakan suatu kegagalan, namun jangan menyerah dan selalu optimis karena di balik kejenuhan yang kita rasakan tersimpan sebuah doa, bersabarlah dan tetap berjuang untuk apa yang diinginkan.