

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Ardillah. F dan Hasan. F. 2020. Saluran, Margin, Dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*. 1 (1):15-15.
- Azis, R dan Lestariningsih. 2018. Pelatihan manajemen budidaya itik untuk meningkatkan produktivitas kelompok ternak di Desa Slorok Kecamatan Doko Kabupaten Blitar. *Briliant*, 3(4) : 436-442.
- Daniel. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta
- Didik A.P. 2008. *Saluran Distribusi dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi pada Perusahaan Agar – agar PT. SRIGUNTING Singosari - Malang)*. Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Dinas Peternakan dan Perkebunan Kabupaten Pinrang. 2020. Data Populasi Ternak Kabupaten Pinrang Tahun 2016 -2020.
- Gunawan. 2008. *Analisis Pemasaran Beras Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hanafie, R. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Hastang, dan Asnawi, A. 2015. Saluran, Margin dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Sapi Potong dari Kabupaten Bone ke Kota Makassar. *Jurnal JITP* 4 (1).
- Hayer, R. (2015). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Peningkatan Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Pertanian Kabupaten Fakfak. *Peluang*, 9(2).
- Hutasoit, G.P.E., Taslim, dan M. Paturochman. 2017. Analisis polasaluran dan margin pemasaran ayam buras (studikase pada peternakan ayam buras Jimmy's Farm, Cipanas Kabupaten Cianjur, Jawa Barat). *Students e-Journal*. 6(2):1-11.
- Indriyo, G. S. 2001. Akuntansi Biaya Edisi Ketujuh. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Jumiati, E., D.H. Darwanto, dan S. Hartono, 2013. Analisis saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapadalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor*. 12(1):1-10.

- Kamaludddin, 2008. *Lembaga dan Saluran Pemasaran*. www.jurnalistik.co.id. Di Akses pada tanggal 20 januari 2012.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey
- Mamarimbing, D., J.K.J. Kalangi, B.F.J. Sondakh dan J. Lainawa. 2017. Analisis manajemen pemeliharaan ternak itik petelur di Kecamatan Kakas Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal Zootek*, 37(2): 216-223.
- 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 MIPasaribu. 2012. *Integrasi Pasar TSB (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit Pedesaan Asahan dengan Pasar Nasional*. Universitas Sumatera Utara
- 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.
- Nugraha, D., U. Atmomarsono, dan L. D. Mahfudz. 2012. Pengaruh penambahan eceng gondok (*Eichornia crassipes*) fermentasi dalam ransum terhadap produksi telur itik Tegal. *Animal Agriculture Journal*. 1(1): 91-101.
- PASARIBU, Fajar. Pengaruh karakteristik pegawai terhadap produktivitas kerja. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-7 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah (APPPTMA)*, 2018.
- Purdiyanto, J, dan S. Riyadi. 2018. Pengaruh lama simpan telur itik terhadap penurunan berat, indeks kuning telur (IKT), dan haugh unit (HU). *Maduranch*. 3(1).
- Rahadi, F dan Hartono, R. 2003. *Agribisnis Peternakan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rais, F. 2013. Beef marketing efficiency In Gorontalo City. *Jurnal Fakultas Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. 1(1):1-10.
- Rasyaf, M. 2003. *Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Resnawati, H. dan A.K.B. Ida. 2005. Produktivitas ayam lokal yang dipelihara secara intensif. *Lokakarya Nasional Inovasi Teknologi Pengembangan Ayam Lokal*. Balai Penelitian Ternak, Bogor.
- 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.Gumbira dan Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Satria M.A. dan Nasution.2011. *Analisis Starategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Analisis Swot PT Axafinancial Cabang Medan Sudirman*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Soemarso. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Widyasindy. 2010. *Strategi Pemasaran Ayam Pedaging Dengan Menggunakan Analisis Scorpio di KUD "Sari Bumi" Bululawang Kabupaten Malang*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Malang.
- Yosi, F. 2015. Kualitas fisik telur Itik Pegagan yang diawetkan dengan berbagai konsentrasi asap cair dan lama penyimpanan. Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-51 Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya dengan Tema " Mewujudkan Ketahanan Pangan dalam Menghadapi Pasar Bebas ASEAN" (pp. 821-827). Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Harga Jual dan Harga Beli Pedagang Pengumpul Telur Itik Pada Saluran II ( dalam rak )

<b>Nama Responden</b>	<b>Harga Beli (Rp)</b>	<b>Harga Jual (Rp)</b>
Rusli	50.000	60.000
<b>Total</b>	<b>50.000</b>	<b>60.000</b>
<b>M = Hj - Hb</b>		<b>10.000</b>

Lampiran 2. Harga Jual dan Harga Beli Pedagang Pengecer Telur Itik Pada saluran II (dalam rak)

<b>Nama Responden</b>	<b>HargaBeli(Rp)</b>	<b>Harga Jual(Rp)</b>
Sappe	60.000	75.000
H. Arwan	60.000	75.000
Hj. Dimang	60.000	75.000
Ideng	60.000	75.000
Janna	60.000	75.000
<b>Total</b>	<b>300.000</b>	<b>375.000</b>
<b>M = Hj - Hb</b>		<b>75.000</b>

Lampiran 3. Harga Jual dan Harga Beli Pedagang Pengumpul Telur Itik Pada saluran III (dalam rak)

<b>Nama Responden</b>	<b>Harga Beli (Rp)</b>	<b>Harga Jual (Rp)</b>
Rasdin	45.000	65.000
<b>Total</b>	<b>45.000</b>	<b>65.000</b>
<b>M = Hj - Hb</b>		<b>20.000</b>

Lampiran 4. Biaya Pemasaran Telur Itik Pedagang Pengumpul Pada Saluran II  
(dalam rupiah per rak)

Nama Responden	Jumlah (Rak)	Transportasi (Rp)	Risiko Rusak (Rp)	Rak (Rp)	Tali Rapia (Rp)	TK (Rp)	Pulsa (Rp)
Rusli	140	240.000	47.600	45.000	20.000	26..383	35.000
<b>Total</b>			<b>413.982</b>				
$\frac{413.982}{140} =$	$\frac{2957}{100}$		<b>2.957</b>				

Keterangan :

BP = Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

TC = Toal Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

JT = Jumlah Telur (Rak)

Lampiran5.BiayaPemasaranTelurItikPedagangPengecerPadaSaluranII(dalam rupiah perrak)

Nama Responden	Jumlah (Rak)	Transportasi (Rp)	Sewa Tempat (Rp)	Resiko Rusak (Rp)	Wadah Penjualan (Rp)	TK (Rp)	Total Biaya
Sappe	60	55.000	72.000	24.000	6.917	7.915	
H. Arwan	40	100.000	18.000	16.000	2.500	26.382	
Hj. Dimang	20	26.667	12.000	8.000	1.667	26.382	
Ideng	10	13.333	6.000	4.000	2.500	21.106	
Janna	10	4.000	12.000	4.000	2.500	6.332	
<b>Jumlah</b>	<b>140</b>	<b>199.000</b>	<b>120.000</b>	<b>56.000</b>	<b>16.084</b>	<b>88.117</b>	<b>479.201</b>
$\frac{\square\square}{\square\square} = \frac{\square\square}{\square\square}$	$\frac{\square\square\square.\square\square\square}{\square\square\square}$	<b>3.604</b>					

Keterangan :

BP = Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

TC = Toal Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

JT = Jumlah Telur (Rak)



Lampiran 6. Biaya Pemasaran Telur Itik Pedagang Pengumpul Pada Saluran III  
(dalam rupiah per rak)

<b>Nama Responden</b>	<b>Jumlah (Rak)</b>	<b>Transportasi (Rp)</b>	<b>Resiko Rusak (Rp)</b>	<b>Rak (Rp)</b>	<b>Kuota (Rp)</b>	<b>Tali Rapia (Rp)</b>	<b>TK (Rp)</b>
Rasdin	180	550.000	54.000	150.000	35.000	20.000	26.382
<b>Jumlah</b>			<b>835.382</b>				
$\frac{\square\square}{\square\square} = \frac{\square\square}{\square\square}$	$\frac{\square\square.\square\square}{\square\square}$		<b>4.641</b>				

Keterangan

BP = Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

TC = Toal Biaya Pemasaran (Rp/ rak)

JT = Jumlah Telur (Rak)

## Lampiran 7. Menghitung Keuntungan Tiap Lembaga Pemasaran Pada Saluran II

$$\text{Keuntungan lembaga pemasaran } \Pi = \text{ML} - \text{TC}$$

Keterangan

$\Pi$  = Keuntungan Lembaga Pemasaran (Rp/rak)

ML = Margin Lembaga Pemasaran(Rp/rak)

TC = Biaya total pemasaran yang dikeluarkan tiap lembaga Pemasaran  
(Rp/rak)

### **Pedagang Pengumpul**

$$\begin{aligned}\Pi &= 10.000 - 2.957 \\ &= \text{Rp. } 7.043/ \text{ rak}\end{aligned}$$

### **Pedagang Pengecer**

$$\begin{aligned}\Pi &= 15.000 - 3.604 \\ &= \text{Rp. } 11.396/ \text{ rak}\end{aligned}$$

## Lampiran 8. Menghitung Margin Tiap Saluran Pemasaran

Margin tiap saluran pemasaran

$$MP = MLp.1 + MLp.2 + \dots + MLp.n$$

Dimana:

Mp = Margin saluran pemasaran (Rp/rak)

MLp.1 = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-1

MLp.2 = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-2

MLp.n = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-n

- **Saluran II**

$$\begin{aligned} MP &= 10.000 + 15.000 \\ &= 25.000 \end{aligned}$$

### Lampiran 9. Menghitung Keuntungan Tiap Lembaga Pemasaran Pada Saluran 3

Keuntungan lembaga pemasaran  $\Pi = ML - TC$

Keterangan:

$\Pi$  = Keuntungan Lembaga Pemasaran (Rp/rak)

ML = Margin Lembaga Pemasaran(Rp/rak)

TC = Biaya total pemasaran yang dikeluarkan tiap lembaga Pemasaran  
(Rp/rak)

- **Pedagang Pengumpul**

$$\begin{aligned}\Pi &= 20.000 - 4.568 \\ &= \text{Rp. } 15.359/\text{ rak}\end{aligned}$$

Lampiran 10. Menghitung Keuntungan Tiap Saluran Pemasaran

$$\Pi_t = \Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n$$

Dimana :

$\Pi_t$  = Keuntungan saluran pemasaran

$\Pi_1$  = Keuntungan lembaga pemasaran ke-1

$\Pi_2$  = Keuntungan Lembaga Pemasaran ke-2

$\Pi_n$  = Keuntungan lembaga pemasaran ke-n

- **Saluran II**

$$\begin{aligned}\Pi_t &= 7.043 + 11.396 \\ &= 18.439\end{aligned}$$

Lampiran 1.1. Menghitung Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran dan Tiap Lembaga yang Terlibat Pada Usaha Peternakan Itik Petelur di Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang

Mengetahui efisiensi saluran pemasaran di gunakan rumus :

$$Ep = \frac{BP}{NP} \times 100 \%$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/rak)

NP = Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp/rak)

Jika :

Ep yang nilainya paling kecil = paling efisien

**Saluran 1**

$$Ep = \frac{0}{60.000} \times 100 \%$$
$$= 0\% \text{ (Efisien)}$$

**Saluran 2**

• **Pedagang Pengumpul**

$$Ep = \frac{2.957}{60.000} \times 100 \%$$
$$= 4,92\% \text{ (Efisien)}$$

• **Pedagang Pengecer**

$$Ep = \frac{3.604}{75.000} \times 100 \%$$
$$= 4,80\% \text{ (Efisien)}$$

### Saluran 3

- **Pedagang Pengumpul**

$$\square\square = \frac{4.641}{65.000} \square 100\%$$

$$= 7,14\% \text{ (Efisien)}$$

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Umur (Tahun)</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Pengalaman (Tahunn)</b>	<b>Alamat</b>	<b>Status Dalam Saluran Pemasaran</b>	<b>Jumlah Tanggung Keluarga</b>
1	Dalle	46	Laki-laki	SD	25	Salu Sape	Peternak	4
2	Ancu	67	Laki-laki	SD	20	Tuncung	Peternak	-
3	Ambo Anto	54	Laki-laki	SD	16	Kajuangi	Peternak	2
4	Ambo Nawir	63	Laki-laki	SD	12	Salopi	Peternak	1
5	Rusli	27	Laki-laki	S1	2	Salu Sape	Peternak Pengumpul	1
6	Sappe	48	Perempuan	SD	25	Salu Sape	Pengecer	3
7	H. Arwan	50	Laki-laki	SD	5	Kaballangan	Pengecer	2
8	Hj. Dimang	45	Perempuan	SMP	10	Pekkabata	Pengecer	2
9	Ideng	49	Laki-laki	SD	8	Lasape	Pengecer	4
10	Janna	38	Perempuan	SMP	6	Paku	Pengecer	3
11	Rasdin	25	Laki-laki	SMA	4	Salu Sape	Pengumpul	-



