

SKRIPSI

**SISTEM PEMASARAN SAPI POTONG DI DESA DURIAN
GADIS KECAMATAN RAMBUTAN KABUPATEN
BANYUASIN**

***MARKETING SYSTEM OF BEEF CATTLE IN DURIAN GADIS
VILLAGE RAMBUTAN DISTRICT BANYUASIN REGENCY***



**Fenta Fadillah
05011381621094**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

FENTA FADILLAH. Marketing System of Beef Cattle in Durian Gadis Village Rambutan District Banyuasin Regency (Supervised by **MUHAMMAD YAZID** and **THIRTAWATI**).

Marketing is an important part in marketing system, in which the greater the benefits received by marketing institutions, the smaller the profits received by farmers. This research was conducted to find out how the marketing system of beef cattle in the village of Durian Gadis, Rambutan District, Banyuasin Regency. This research was conducted with the following objectives: (1) to analyze the marketing patterns of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency; (2) to calculate the marketing costs incurred during the marketing process of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency; (3) to estimate the marketing margins and efficiency of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency. This research was conducted in June 2022. The location of the study was determined purposively. The sample farmers were selected using purposive sampling with a sample of 35 farmers, while the sample of traders using snowball sampling. Beef cattle has three channels, namely (1) farmer – consumers; (2) farmer – middlemen (local)- consumers; (3) farmer – middlemen (local) – wholesalers (agents) – consumers. Marketing costs incurred by each agency were different. Marketing channel I has no marketing cost and the highest farmer's share value was 100 percent. Marketing channel II has marketing cost Rp175.000.-/head with farmers share 94,11 percent. Marketing channel III has marketing cost Rp390.000.-/head and farmers share 91,42 percent. Channel I marketing efficiency is 0, channel II marketing efficiency is 0,10 percent and channel III marketing efficiency is 0,22 percent. So it can be concluded that the marketing of beef cattle in Durian Gadis village has already been efficient.

Keywords : beef cattle, margin, marketing cost, marketing system.

RINGKASAN

FENTA FADILLAH. Sistem Pemasaran Sapi Potong di Desa Durian Gadis Kacamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. (Dibimbing oleh **MUHAMMAD YAZID** dan **THIRTAWATI**)

Pemasaran adalah bagian terpenting dalam sistem pemasaran, saat memasarkan produk semakin besar keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran menyebabkan makin kecil pula keuntungan pemasaran yang akan didapatkan oleh peternak. Peneliti melakukan penelitian agar mengetahui sistem pemasaran Sapi Ternak di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Penelitian ini bertujuan: (1) Menganalisis saluran pemasaran sapi ternak di Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin; (2) Menghitung biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses memasaran sapi ternak di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin; (3) Mengestimasi *margin* dan efisiensi pemasaran sapi ternak di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2022. Penetapan daerah penelitian dilakukan dengan cara sengaja. Sampel peternak dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 35 peternak, sedangkan untuk sampel pedagang perantara menggunakan metode *snowball sampling*. Adapun hasil dari penelitian antara lain Saluran pemasaran ternak sapi di Desa Durian Gadis memiliki tiga saluran pemasaran yakni Saluran I (Peternak–Konsumen), Saluran II (Peternak–Pedagang Lokal–Konsumen), Saluran III (Peternak–Pedagang Lokal–Pedagang besar–Konsumen). Biaya pemasaran yang’ di keluarkan oleh setiap lembaga berbeda–beda. Saluran pemasaran I tidak ada biaya pemasaran dan nilai *farmer’s share* tertinggi sebesar 100 persen. Saluran pemasaran II biaya pemasaran Rp175.000.-/ekor dengan *farmer’s share* 94,11 persen, Saluran pemasaran III biaya pemasaran Rp390.000.-/ekor dan *farmer’s share* 91,42 persen. Efisiensi pemasaran saluran I sebesar 0, Efisiensi pemasaran saluran II yaitu sebesar 0,10 persen. Efisiensi saluran pemasaran ke III sebesar 0,22 persen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran sapi di desa Durian Gadis sudah efisien.

Kata Kunci : biaya pemasaran, margin, sapi potong, sistem pemasaran.

SKRIPSI

SISTEM PEMASARAN SAPI POTONG DI DESA DURIAN GADIS KECAMATAN RAMBUTAN KABUPATEN BANYUASIN

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Fenta Fadillah
05011381621094**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

SISTEM PEMASARAN SAPI POTONG DI DESA DURIAN GADIS KECAMATAN RAMBUTAN KABUPATEN BANYUASIN

SKRIPSI

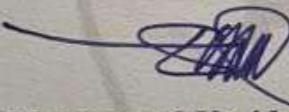
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

Fenta Fadillah
05011381621094

Indralaya, September 2022
Pembimbing II

Pembimbing I

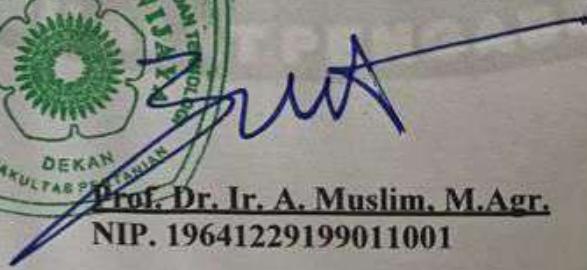

Muhammad Yazid, Ph.D.
NIP 19620501988031002


Thirtawati., S.P., M.Si.
NIP198005122003122001



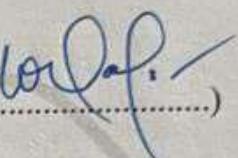
Mengetahui,

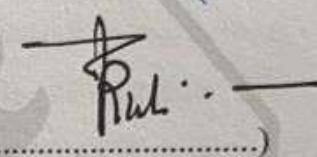
Dekan Fakultas Pertanian

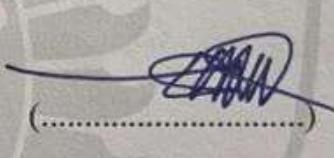

Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 19641229199011001

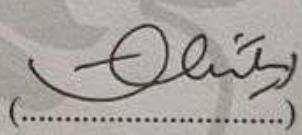
Skripsi dengan judul "Sistem Pemasaran Sapi Potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin" oleh Fenta Fadillah telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 05 September 2022 dan telah diperbaiki sesuai aturan dan masukan dari tim penguji.

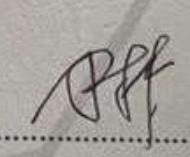
Komisi Penguji

1. Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D. Ketua (.....) 

2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si. Sekertaris (.....) 

3. Muhammad Yazid, Ph.D. Anggota (.....) 

4. Thirtawati, S.P., M.Si. Anggota (.....) 

5. Dr. Riswani, S.P., M.Si. Anggota (.....) 



PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fenta Fadillah

NIM : 05011381621094

Judul : Sistem Pamasaran Sapi Potong Di Desa Durian Gadis Kacamatan
Rambutan Kabupaten Banyuasin

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Iandralava September 2022
A yellow Indonesian postage stamp featuring the Garuda Pancasila and the text "10000" and "METERAI TEMPAT". Below the stamp is a handwritten signature and the number "FBB14AKX056892900".

Fenta Fadillah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan pada kehadiran Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Sistem Pemasaran Sapi Potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Dalam pelaksanaan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat, bimbingan, petunjuk, kerjasama ataupun nasehat dari berbagai pihak antara lain :

1. Kedua orang tua saya, ayah yang bernama Taufin Rahmi, ibu yang bernama Sri Hartati dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungannya do'a dan moril maupun materil kepada penulis.
2. Bapak Muhammad Yazid, Ph.D. selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si. selaku pembimbing kedua atas kesabaran dan perhatiannya dalam memberikan arahan, nasehat, waktu, dan ilmunya hingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya khususnya seluruh Dosen Program Studi Agribisnis yang telah membagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan S1.
4. Mbak Dian, Kak Ikhsan dan kak Ari selaku pegawai Tata Usaha Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang membantu dalam kegiatan administrasi.
5. Keluarga besar Himpunan Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) khususnya Badan Pengurus Harian HIMASEPERTA periode 2017 dan 2018, terimakasih atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk dapat mengembangkan potensi dan pengetahuan dalam berorganisasi.
6. Keluarga besar Program Studi Agribisnis Angkatan 2016, terimakasih telah menjadi keluarga yang baik dan semoga kedepannya sukses untuk kita semua.
7. Kelas A Palembang Agribisnis 2016, terimakasih telah berbagi suka duka, canda tawa, dan melewatkannya secara bersama-sama selama perkuliahan.

8. Sahabat-sahabat Tamana, terima kasih atas dukungan kalian karena telah menjadi motivator yang baik bagi saya dalam penggerjaan semua proses perkuliahan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut ikut serta memberikan bantuan dan do'a kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini dengan baik.

Adapun penulis menyadari bahwa tulisan dalam skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka penulis mengucapkan terima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan, demi penulisan yang lebih baik di masa akan datang. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih.

Indralaya, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan.....	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Ternak Sapi.....	5
2.1.2. Konsepsi Pemasaran.....	5
2.1.3. Konsepsi Saluran Pemasaran	6
2.1.4. Konsepsi Fungsi Pemasaran	8
2.1.5. Konsepsi Biaya Pemasaran.....	8
2.1.6. Konsepsi Margin Pemasaran	9
2.1.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran	10
2.2. Model Pendekatan.....	12
2.3. Hipotesis	12
2.4. Batasan Operasional.....	13
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	15
3.1. Tempat dan Waktu	15
3.2. Metode Penelitian	15
3.3. Metode Penarikan Contoh	15
3.4. Metode Pengumpulan Data	16
3.5. Metode Pengolahan Data.....	16
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	20

4.1. Keadaan Umum Desa.....	20
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi	20
4.1.2. Pemerintahan Desa.....	21
4.1.3. Keadaan Tofografi dan Iklim Desa	21
	Halaman
4.1.4. Keadaan Demografi.....	21
4.2. Karakteristik Responden	22
4.2.1. Umur Peternak	21
4.2.2. Tingkat Pendidikan Petani Contoh.....	22
4.2.3. Pengalaman Lama Beternak Sapi	23
4.2.4. Jenis Pekerjaan Pokok Peternak.....	24
4.3. Saluran Pemasaran	25
4.3.1. Fungsi Pemasaran.....	28
4.4. Biaya Pemasaran	29
4.5. Marjin Pemasaran	32
4.6. Efisiensi Pemasaran	33
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1. Kesimpulan.	36
5.2. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.	37

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel.4.1. Alokasi Lahan di Desa Durian Gadis	20
Tabel.4.2. Umur Peternak Sapi Desa Durian Gadis	22
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Peternak Sapi Desa Durian Gadis	23
Tabel 4.4. Jumlah Peternak Berdasarkan Lama Berternak	24
Tabel.4.5. Jumlah Peternak Berdasarkan Pekerjaan Pokok	25
Tabel.4.6. Fungsi Pemasaran Saluran I.....	28
Tabel.4.7. Fungsi Pemasaran Saluran II	28
Tabel.4.8. Fungsi Pemasaran Saluran III	29
Tabel.4.9. Biaya Pemasaran I	30
Tabel 4.10. Biaya Pemasaran II	30
Tabel.4.11. Biaya Pemasaran III	31
Tabel.4.12. Marjin Pemasaran.....	33
Tabel 4.13. Efisiensi Pemasaran.....	34

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan	12
Gambar 4.1. Saluran Pemasaran.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah.....	39
Lampiran 2. Dokumentasi.....	40
Lampiran 3. Dokumentasi.....	41
Lampiran 4. Dokumentasi.....	42
Lampiran 5. Karakteristik Responden	43
Lampiran 6. Karakteristik Responden	44

BIODATA

Nama/NIM	: Fenta Fadillah/05011381621094
Tempat/tanggal lahir	: Palembang/23 Maret 1998
Tanggal Lulus	: 30 September 2022
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Sistem Pemasaran Sapi Potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin
Dosen Pembimbing Skripsi	: Muhammad Yazid, S.P., M.Si. Thirtawati, S.P., M.Si.
Pembimbing Akademik	: Thirtawati, S.P., M.Si.

Sistem Pemasaran Sapi Potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin

*Marketing System of Beef Cattle in Durian Gadis Village Rambutan District
Banyuasin Regency*

Fenta Fadillah¹, Muhammad Yazid², Thirtawati³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Sriwijaya Jalan Palembang-Prabumulih Km.32
Indralaya Ogan Ilir 30662

Abstract

Marketing is an important part in marketing system, in which the greater the benefits received by marketing institutions, the smaller the profits received by farmers. This research was conducted to find out how the marketing system of beef cattle in the village of Durian Gadis, Rambutan District, Banyuasin Regency. This research was conducted with the following objectives: (1) to analyze the marketing patterns of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency; (2) to calculate the marketing costs incurred during the marketing process of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency; (3) to estimate the marketing margins and efficiency of beef cattle in Durian Gadis Village, Rambutan District, Banyuasin Regency. This research was conducted in June 2022. The location of the study was determined purposively. The sample farmers were selected using purposive sampling with a sample of 35 farmers, while the sample of traders using snowball sampling. Beef cattle has three channels, namely (1) farmer - consumers; (2) farmer - middlemen (local) - consumers; (3) farmer - middlemen (local) - wholesalers (agents) - consumers. Marketing costs incurred by each agency were different. Marketing channel I has no marketing cost and the highest farmer's share value

¹Mahasiswa

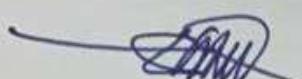
²Dosen Pembimbing

³Dosen Pembimbing

was 100 percent. Marketing channel II has marketing cost Rp175.000.-/head with farmers share 94,11 percent. Marketing channel III has marketing cost Rp390.000.-/head and farmers share 91,42 percent. Channel I marketing efficiency is 0, channel II marketing efficiency is 0,10 percent and channel III marketing efficiency is 0,22 percent. So it can be concluded that the marketing of beef cattle in Durian Gadis village has already been efficient.

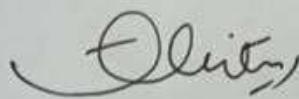
Keywords : beef cattle, margin, marketing cost, marketing system.

Pembimbing I



Muhammad Yazid, Ph.D.
NIP 19620501988031002

Indralaya, September 2022
Pembimbing II



Thirtawati, S.P., M.Si.
NIP198005122003122001



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyaknya permasalahan negara berkembang, termasuk Indonesia adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Indonesia salah satunya masih memiliki keterbatasan dalam hal efisiensi pemasaran ,keterampilan mempraktekkan unsur–unsur manajemen dan penguasaan informasi pasar sehingga hal ini menyebabkan kesempatan–kesempatan ekonomi menjadi sulit untuk dicapai. Lemahnya manajemen pemasaran disebabkan karena pemerintah tidak dapat ikut campur dalam menekan biaya pemasaran. Didalam kegiatan pemasaran khususnya dalam bidang peternakan, besar kecilnya biaya pemasaran disebabkan oleh macam komoditi peternakan, lokasi pengusahaan, peranan lembaga pemasaran, dan efektivitas pemasaran (Hartono, 2020)

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen. Bagi produsen sapi, baik perusahaan peternakan maupun peternakan rakyat pemasaran mempunyai peran yang penting (Rianto dan Purbowati, 2010).

Sektor peternakan di Indonesia merupakan sektor usaha yang menyerap cukup banyak tenaga kerja. Selain dapat menyerap tenaga kerja, juga dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan utama seperti pada sektor-sektor yang lain (perikanan, pertanian, industri maupun usaha-usaha yang lain), sehingga dapat menjanjikan untuk kelangsungan hidup peternaknya. Menyempitnya lahan pertanian yang ada mendorong para petani untuk berusaha meningkatkan pendapatan dengan kegiatan lain yang bersifat komplementer. Salah satu kegiatan tersebut adalah usaha pembibitan dan penggemukan sapi (Suhdi dan Andi, 2015)

Usaha perdagangan sapi potong di Indonesia khususnya yang menyangkut saluran pemasaran sapi potong belum banyak diatur oleh pemerintah. Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar seperti blantik, pedagang pengumpul dan

jagal. Masing masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai berada di tangan konsumen (Alamsyah, dkk 2015)

Usaha ternak sapi potong dapat dikatakan berhasil bila telah memberikan kontribusi pendapatan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup peternak sehari-hari. Keuntungan merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan suatu usaha peternakan (Murpa, dkk 2014)

Fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditas, dan membentuk rantai pemasaran atau sering disebut sebagai sistem pemasaran. Fungsi pemasaran sangat penting untuk mengatasi hambatan yang dihadapi oleh produsen dalam upaya memuaskan konsumen. Masing-masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai ketangan konsomen (Alamsyah, dkk 2015).

Jalur pemasaran yang tidak efisien atau relatif panjang menyebabkan perbedaan harga yang tidak sesuai baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumennya terbebani dengan beban biaya pemasaran yang berat untuk membayar dengan harga yang tinggi. Sedangkan bagi peternak , harga nilai jual sapi potong menjadi relatif menjadi rendah bila dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjualnya langsung kepada konsumen (Alamsyah, dkk 2015).

Kabupaten Banyuasin mempunyai wilayah seluas 11.832,99 km² dan terbagi menjadi 17 kecamatan. Kabupaten Banyuasin menjadi salah satu sentra pengembangan sapi di Provinsi Sumatera Selatan. (BPS Banyuasin, 2020). Populasi sapi di Kabupaten Banyuasin pada tahun 2013 sejumlah 29.905 ekor dan merupakan kabupaten dengan jumlah populasi sapi tertinggi ke-dua setelah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (Susanti, dkk 2015).

Perhatian pemerintah Kabupaten Banyuasin sangat tinggi terhadap upaya peningkatan produktivitas sapi. Hal tersebut menjadi salah satu upaya untuk menuju Kabupaten Banyuasin berswasembada daging sapi.

Desa Durian Gadis merupakan salah satu desa di Kecamatan Rambutan dengan jumlah peternak dan jumlah kepemilikan ternak sapi potong terbanyak dibandingkan desa lainnya. Usaha peternakan sapi potong sudah dilakukan sejak lama dengan pola pemeliharaan secara tradisional, ditandai dengan tidak adanya pencatatan mengenai biaya yang dikeluarkan sehingga besarnya pendapatan yang diproleh untuk usaha tersebut tidak dapat diketahui secara pasti oleh petani peternak.

Pola pengembangan peternakan yang dilakukan oleh petani peternak di desa Durian Gadis umumnya masih bersifat peternakan rakyat, dimana pada saat-saat tertentu pada saat petani memerlukan uang dalam memenuhi kebutuhan yang mendesak misalnya: pendidikan anak sekolah, kebutuhan adat istiadat, membayar pajak dan kebutuhan lainnya, maka ternak sapi tersebut dapat dijual. Tenaga kerja yang digunakan memanfaatkan tenaga kerja keluarga.

Sistem pemasaran ternak sapi potong yang ada di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen ke tangan konsumen masih panjang, peran pedagang dan Blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan mengakibatkan harga yang diterima peternak masih kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar.

Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian untuk menelusuri bagaimana saluran pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin, menentukan berapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan, serta *margin* dan efisiensi pemasaran sapi ternak.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin?

2. Berapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin?
3. Bagaimana *margin* dan efisiensi pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis saluran pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.
2. Menghitung biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.
3. Menganalisis *margin* dan efisiensi pemasaran sapi potong di Desa Durian Gadis Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi bagi peneliti, instansi baik pemerintah maupun swasta mengenai sistem pemasaran, biaya pemasaran dan margin pemasaran serta tingkat efisiensi Sapi ternak.
2. Sebagai pengetahuan dan pengalaman untuk penulis dalam menyelesaikan studi, sebagai kajian kepustakaan bagi peneliti selanjutnya dan bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2002. *Penggemukan Sapi Potong*. Jakarta :Agromedia Pustaka.
- Alamsyah Aditya Fauzi, Taslim, dan Anita Fitriani. 2016. “*Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Hewan Tanjungsari*”. Skripsi. Fakultas Peternakan Unpad.
- Idrus, M. 2007. *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Social*. Yogyakarta: UII Press.
- Handayani. 2012. *Teori dalam Perekonomian*. Jakarta: Indeks.
- Harifuddin, Aisyah, dan Budiman. 2011. *Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep*. Jurnal Agribisnis X(1).
- Hartono Suryadi. 2020. “*Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Indragiri Hulu*”. Skripsi. Fakultas Peternakan UIN Suska Riau.
- Hasyim. 2012. *Macam Karakteristik Sosial Ekonomi dalam Berusahatani*. Yogyakarta: Medpress.
- Leo, B Aswar. 2015. “*Analisa Keuntungan Lembaga Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto*”. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Limbong. 2010. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor : Institut Pertanian Bogor , Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian.
- Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya. Edisi 5*.Bagian Penerbitan STIE YKPN.Yogyakarta.
- Mubyanto. 1989. *Konsep Pengolahan dan Penyadapan Karet*. Jakarta: Indeks.
- Murpa, Anita Arianti, Nurani Sirajuddin, dan Ikrar Muhammad Saleh. 2014. “*Analisis Pendapatan Peternak Usaha Sapi Potong pada Pola Bagi Hasil Teseng di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Baru*”. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Napitupulu, B. 2006. *Tataniaga Pemasaran*, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Ngadiyono N. 2004. *Pengembangan sapi potong dalam rangka penyediaan daging di Indonesia*. Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta (ID): Universitas Gadjah Mada.
- Ningsih Umi Wisapti, Budi Hartono, dan Eko Nugroho. 2017. *Analisis pemasaran Sapi Potong Melalui Analisis Margin, Transmisi Harga, Struktur 44*

- Pemasaran, Prilaku Pemasaran dan Kirnerja Pemasaran. Jurnal Ilmu-Ilmu Perternakan.* 27(1):1 -11.
- Paturochman, M. 2012.*Penentuan Jumlah dan Teknik Pengambilan Sampel*. Bandung : UNPAD Press2012. Usul Penelitian untuk Ilmu-ilmu Social Ekonomi Peternakan. Sumedang: Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran.
- Prasetyo. 2007. *Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang*. Fakutas Pertanian Universitas Sebeas Maret.
- Rianto dan Purbowati. 2009. *Panduan Lengkap Sapi Potong*. Swadaya, Jakarta.
- Said S. 2011. *Peningkatan populasi dan mutu genetik ternak Indonesia melalui aplikasi bioteknologi reproduksi dalam rangka mendorong percepatan swasembada daging dan susu nasional*. Pusat Penelitian BioteknologiLIPI. Bogor.
- Septiani. E. 2016. *Analisis Pengolahan dan Pola Pemasaran Karet di Kecamatan Pajajaran Kabupaten Ogan Ilir*. Skripsi. Universitas Sriwijaya, Indralaya.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi dan Pertanian*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press). Malang.
- Soekartawi. 2004. *Agribisnis:Teori dan Aplikasinya*, Cetakan ke 9. PT. Raja Gafindo Pesada, Jkarta (ISBN: 979-421-277-6).
- Sudiyono A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Sudiyono, A.2004. *Pemasaran Pertanian, Edisi Kedua*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Suhdi, Andi Rezki Adzan. 2015. “*Analisis Perkembangan Populasi Ternak Sapi Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus : Kecamatan Bontotiro dan Kecamatan Herlang)*”. Skripsi. Jurusan Ilmu Peternakan Fakulas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Samata.
- Supriyono. 1992. *SistemPengendalian Manajemen*. Yogyakarta (ID). BPFE.
- Susanti, Ngadiyono, Sumadi. 2015. *Estimasi Output Sapi Potong di Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan*. Universitas Sriwijaya.
- Widitananto, G. Sihombing dan A.I Sari. 2012. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Playen Kabupaten Gunung kidul. *Jurnal Tropical Animal Husbandry*.1(1):59-66.