

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHA
TERNAK KERBAU DI DESA PULAU LAYANG
KECAMATAN PAMPANGAN**

***DEVELOPMENT STRATEGY ON THE MARKETING OF
BUFFALO CATTLE BUSINESS IN PULAU LAYANG VILLAGE
SUB DISTRICT OF PAMPANGAN***



**Ahmad Ferdinand Melfin
05011381520085**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHA
TERNAK KEBAU DI DESA PULAU LAYANG KECAMATAN
PAMPANGAN

SKRIPSI

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

Oleh:

Ahmad Ferdinand Mellin
05011381520085

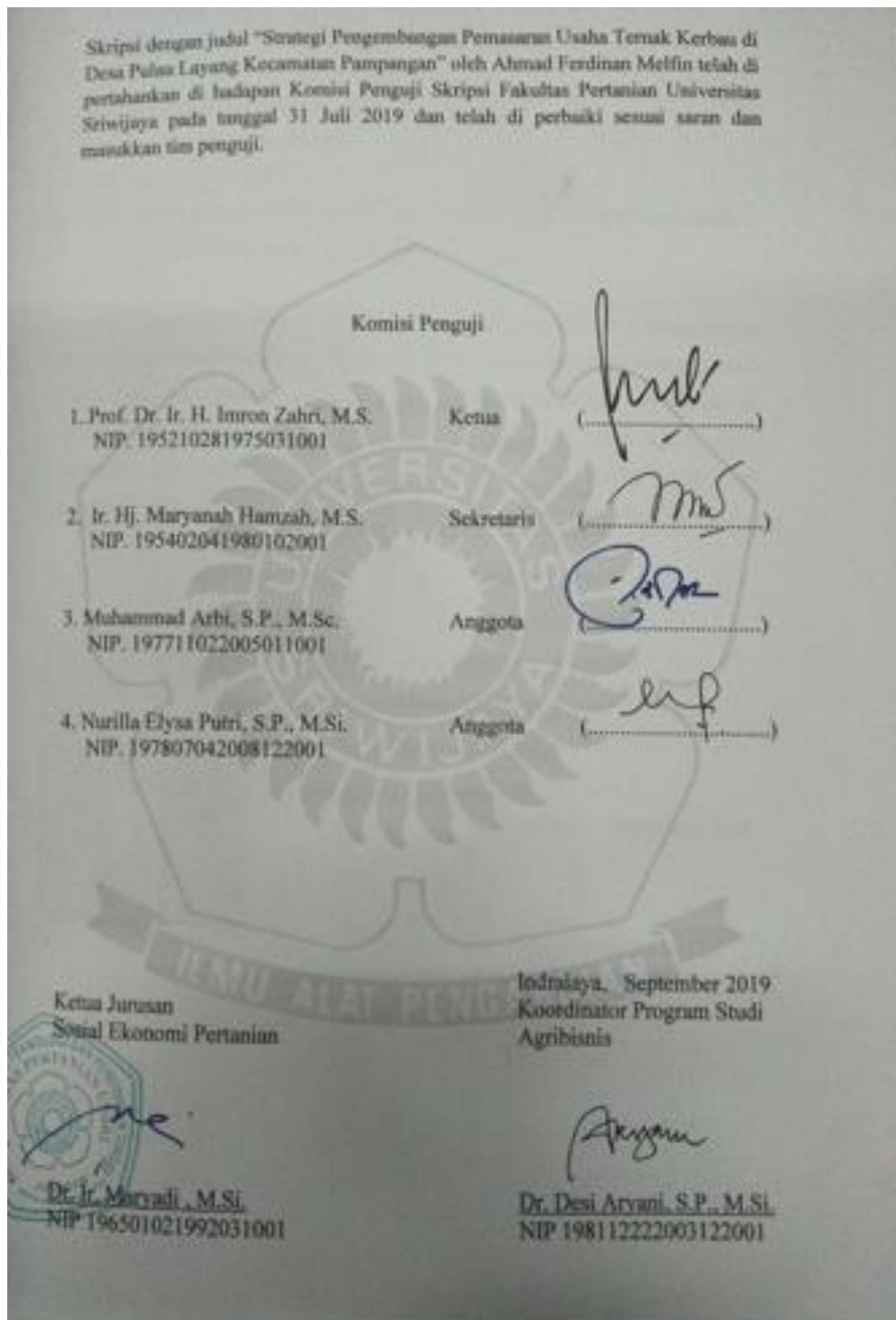
Inderalaya, September 2019
Pembimbing II

Pembimbing I

Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S.
NIP. 195210281975031001

Jr. Hj. Maryanah Hamzah, M.S.
NIP. 195402041980102001





PERYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Ferdinan Melfin

NIM : 05011381520085

Judul : Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau Rawa di Desa
Layang Kecamatan Pampangan

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal proposal skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, September 2019

Ahmad Ferdinan Melfin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau Rawa di Desa Pulau Layang Kecamatan Pampangan”. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis,Fakultas Pertanian,Universitas Sriwijaya.

Pada Kesempatan Kali ini Penulis ingin Mengucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendoakan ,memberi dukungan ,bantuan, motivasi,dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini, adapun ucapan terima kasih tersebut ditunjukkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan ridhonya, hidayahnya dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua, Ayah Radion Melfin dan Ibu Rusnani, yang telah merawat dengan sepenuh hati,dan mendidik penulis dengan tulus dan sebaik baiknya. Terima kasih atas doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas yang diberikan untuk menyelesaikan studi dikampus dengan sebaik-baiknya.
3. Keluarga besar penulis, kakak, adik, tante, oom, ayuk, dan lainnya yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S., selaku pembimbing pertama Skripsi, yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik
5. Ibu Ir. Hj Maryanah Hamzah, M.S. Sebagai pembimbing kedua yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Bapak M. Arbi , S.P., M.Sc. dan Ibu Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si. yang telah bersedia menjadi penguji Skripsi dan telah membantu dalam perbaikan Skripsi Penulis.

7. Teman-teman satu perjuangan semasa kuliah, Agribisnis A 2015 Palembang Universitas Sriwijaya yang telah saling tolong-menolong, memberikan dukungan dan semangat satu sama lain selama berkuliah dikampus tercinta ini.
8. Teman-teman seperjuangan ashabu squad, Bacin, Faldy,Eingga, Waskito, Ijal, Hari, Jhoy yang telah memberikan bantuannya selama masa kuliah dan saling dukungannya sehingga bisa bersama-sama menyelesaikan dengan baik tugas yang ada dikampus. Semoga kita bisa saling membersamai dan menjadi teman baik, baik didunia maupun di janahnya Allah.
9. Team lapangan terbaik, Bacin, Ijal, kak Riko, Septi, Saphira, dan dek piyo yang telah banyak membantu dalam melakukan penelitian dilapangan baik tenaga dan pikiran.
10. Teman-teman dan keluarga di organisasi BEM KM FP, LDF BWPI, IMETTA SUMSEL, LDK NADWAH yang telah berjuang bersama-sama untuk melaksanakan amanah dengan sebaik-baiknya, semoga kita bisa menjadi keluarga juga dijanahnya Allah nanti.
11. Semua yang telah mendoakan, memberikan bantuan, dukungan kepada penulis, semoga Allah membalasnya berkali kali lipat dengan balasan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis sangat berharap akan bantuan kritik dan sarannya yang membangun. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, bagi petani dan bagi pembacanya.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan	4
BAB 2 KERANGKA PIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1. Konsepsi Kerbau Rawa	5
2.1.2. Konsepsi Pemasaran	5
2.1.3. Konsepsi Sistem Pemasaran	7
2.1.4. Konsepsi Saluran Pemasaran.....	8
2.1.5. Marjin Pemasaran	9
2.1.6. Keuntungan Pemasaran	10
2.1.7. Konsepsi Farmer's Share	11
2.1.8. Konsepsi Efisiensi Pemasaran	11
2.1.9. Konsepsi Strategi Pengembangan Pemasaran	13
2.2. Model Pendekatan.....	18
2.3. Hipotesis.....	19
2.4. Batasan Operasional.....	19
BAB 3 PELAKSANAAN PENELITIAN.....	21
3.1. Tempat dan Waktu	21
3.2. Metode Penelitian.....	21
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data	21

	Halaman
3.5. Metode Pengolahan Data	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Keadaan Umum Daerah	27
4.1.1. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk	28
4.1.2. Sarana dan Prasarana	29
4.2. Karakteristik Peternak Contoh	30
4.2.1. Umur Peternak Contoh	30
4.2.2. Tingkat Pendidikan Peternak	31
4.2.3. Pengalaman Peternak.....	32
4.2.4. Jumlah Ternak Kerbau.....	32
4.2.5. Gambaran Usaha Ternak Kerbau	33
4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran Kerbau Rawa.....	34
4.4. Saluran Pemasaran Kerbau Rawa di Desa Pulau Layang	34
4.4.1. Saluran Pemasaran Kerbau Pola Pertama.....	36
4.4.2. Saluran Pemasaran Kerbau Rawa Pola Kedua	37
4.5. Biaya Produksi Usaha Kerbau	39
4.5.1. Biaya Tetap.....	39
4.5.2. Biaya Variabel	40
4.6. Perbandingan Harga Jual tingkat saluran pemasaran kerbau	41
4.7. Biaya Pemasaran Kerbau Rawa	42
4.7.1. Biaya Pemasaran Kerbau Pola Saluran Pertama	42
4.7.2. Biaya Pemasaran Kerbau Pola Saluran Kedua	43
4.8. Biaya Total Produksi dan Pemasaran Kerbau Pola Saluran Pemasaran yang Pertama.....	44
4.9. Biaya Total Produksi dan Pemasaran Kerbau Pola Saluran Pemasaran yang Kedua	45
4.10. Keragaan Pasar.....	46
4.10.1. Analisis Margin Pemasaran kerbau	46
4.10.2. Keuntungan Pemasaran Kerbau.....	48
4.10.3. Analisis Farmer's Share Pemasaran Kerbau.....	49
4.10.4. Efisiensi Pemasaran Kerbau	50
4.11. Karakteristik Lembaga Pemasaran "Gulo Puan"	52

	Halaman
4.12. Saluran Pemasaran “Gulo Puan”.....	52
4.12.1. Saluran Pemasaran “Gulo Puan” Pola Pertama	54
4.12.2. Saluran Pemasaran “Gulo Puan” Pola Kedua	55
4.13. Keragaan Pasar “Gulo Puan”	55
4.13.1. Analisis Margin Pemasaran “Gulo Puan”.....	55
4.13.2. Keuntungan Pemasaran “Gulo Puan”	56
4.13.3. Analisis Farmer’s Share “Gulo Puan”	57
4.12.4. Efisiensi Pemasaran “Gulo Puan”	58
4.14. Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang	59
4.14.1. Penentuan Faktor Kunci Keberhasilan (FKK).....	67
4.14.2. Penentuan Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak kerbau	71
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat pendidikan	28
4.2. Jenis Pekerjaan di Desa Pulau Layang Tahun 2017.....	29
4.3. Sarana dan Prasarana Desa Pulau Layang Tahun 2017	30
4.4. Klasifikasi Umur Peternak Desa Pulau Layang	31
4.5. Tingkat Pendidikan Peternak Desa Pulau Layang	31
4.6. Pengalaman Peternak Kerbau Desa Pulau Layang	32
4.7. Jumlah Kerbau Peternak Desa Pulau Layang	33
4.8. Persentase Pola Saluran Pemasaran Kerbau Rawa di Desa Pulau Layang.....	36
4.9. Rata-rata Biaya Tetap Usaha Kerbau Desa Pulau Layang..	39
4.10. Rata-rata Biaya Variabel Usaha Kerbau Desa Pulau Layang	40
4.11. Rata-rata Harga Kerbau di Tingkat Saluran Pemasaran	41
4.12. Biaya Pemasaran Pola Saluran Pemasaran yang Pertama...	43
4.13. Biaya Pemasaran Pola Saluran Pemasaran yang Kedua	43
4.14. Tabel Rekap Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Pola Saluran Pemasaran Pertama	44
4.15. Tabel Rekap Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Pola .. Saluran Pemasaran yang Kedua	46
4.16. Margin Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran Kerbau	47
4.17. Keuntungan Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran Kerbau	48
4.18. Farmer's Share Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran Kerbau	50
4.19. Efisiensi Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran Kerbau	50
4.20. Margin Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran “Gulo Puan”	56

	Halaman
4.21. Keuntungan Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran “Gulo Puan”	57
4.22. Farmer’s Share Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran “Gulo Puan”	58
4.23. Efisiensi Pemasaran Berdasarkan Pola Saluran Pemasaran “Gulo Puan”	58
4.24. Faktor Pendorong Dan Faktor Penghambat Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang	60
4.25. Rata-Rata Nilai dari Seluruh Responden untuk Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang ...	68
4.26. Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Desain Saluran Pemasaran	9
2.2. Model Pendekatan Diagramatis	18
3.1. Diagram Medan Kekuatan	26
4.1. Saluran Pemasaran Kerbau di Desa Pulau Layang	35
4.2. Pola Saluran Pemasaran kerbau yang Pertama	37
4.3. Pola Saluran Pemasaran Kerbau yang Kedua	39
4.4. Saluran Pemasaran "Gulo Puan" di Desa Pulau Layang	53
4.5. Pola Saluran Pemasaran "Gulo Puan" yang Pertama.....	54
4.6. Pola saluran Pemasaran "Gulo Puan" yang Kedua.....	55
4.7. Diagram Medan Kekuatan Pengembangan Pemasaran usaha Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Peta Lokasi Penelitian	81
2.2. Identitas Peternak Contoh di Desa Pulau Layang	82
3.1. Jumlah Kerbau dan Pengalaman Peternak	83
4.1. Identitas Lembaga Pemasaran Ternak Kerbau.....	84
4.2. Pola Saluran Pemasaran Ternak Kerbau	85

BIODATA

Nama : Ahmad Ferdinand Melfin
Nim : Palembang 08/ Februari/1998
Tanggal Lulus: 08 September 2019
Fakultas : Pertanian

Judul	: Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang Kecamatan Pampangan
Dosen Pembimbing Skripsi	: 1. Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S. 2. Ir. Hj Maryanah Hamzah, M.S.
Pembimbing Akademik	: Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S.

Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang Kecamatan Pampangan

Development Strategy On The Marketing Of Buffalo Cattle Business In Pulau Layang Village Sub District Of Pampangan

Ahmad Ferdinand Melfin¹, Imron Zahri², Maryanah Hamzah³

Abstract

Based on research that has been done, there are two patterns of marketing channels that occur in buffalo business marketing in Pulau Layang Village, both in buffalo and "gulo puan". These channels include 1) breeder-consumer, 2) breeder-wholesaler-butcher-consumer trader. The efficiency level of the two marketing channel patterns is the most efficient channel pattern (breeder-consumer). The pattern of the first marketing channel proved efficient by using marketing margin analysis, farmers share and marketing profits.

The marketing development strategy is carried out using the force field analysis method. In the force field analysis method there are two factors that are used to determine the development strategy. these two factors are the driving factor and the inhibiting factor. The driving factor is the factor can be an opportunity and strength in marketing development while the inhibiting factor is a factor that can be an obstacle and an obstacle in marketing development in Pulau Layang Village. Based on the research results obtained in the marketing development strategy is to optimize the driving factors, namely the existence of product processing and minimize the inhibiting factors, namely animal disease.

Keywords: buffalo cattle, "gulo puan", driving factors, inhibiting factors, marketing channels, marketing efficiency, force field analysis

Pembimbing I,

Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S.
NIP. 19520281975031001

Indralaya, September 2019

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Pembimbing II,

Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S.
NIP. 195402041980102001

Dr. Ir. Maryadi, M.Si
NIP. 196501021992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia usaha ternak kerbau menjadi salah satu hal komponen yang penting dalam pengembangan sektor peternakan dalam menunjang pendapatan usaha tani terutama di masyarakat di pedesaan. Kerbau (*Bubalus bubalis*) merupakan salah satu jenis ternak ruminansia besar yang memiliki kemampuan khusus yang dapat bertahan hidup di rawa rawa. Keberadaan ternak kerbau ini banyak dimanfaatkan oleh para petani sebagai sebagai ternak dual purpose dan bahkan multi purpose yakni untuk daging, susu dan tenaga kerja hal ini bahkan dapat meningkatkan pendapatan para petani . keberadaan ternak kerbau ini pun telah bersatu dalam kehidupan sosial budaya di beberapa daerah di Indonesia

Di Indonesia pangan asal ternak sangat dibutuhkan bagi pertumbuhan kesehatan dan kecerdasan masyarakat. Salah satu sumber pangan tersebut adalah kerbau. Daging dan susu kerbau merupakan salah satu bahan pangan yang penting dalam mencukupi kebutuhan gizi masyarakat, serta komoditas ekonomi yang mempunyai nilai strategis. Di Indonesia permintaan produk peternakan cenderung terus meningkat, seirama dengan pertambahan penduduk, perkembangan ekonomi masyarakat, perbaikan tingkat pendidikan serta perubahan gaya hidup sebagai akibat arus globalisasi dan urbanisasi. Peningkatan permintaan protein hewani asal ternak merupakan peluang yang sangat baik untuk mengembangkan usaha peternakan dengan penduduk lebih dari 210 juta. Kondisi dan tantangan tersebut merupakan peluang yang sangat baik untuk mendorong perkembangan usaha komoditas peternakan salah satunya dibidang peternakan kerbau.(Dwiyanto, Kusuma, Ismeth. 2005)

Menurut Badan Litbang Pertanian (2015) populasi ternak kerbau di Indonesia mencapai 1.378 juta ekor yang menyebar hampir di seluruh Provinsi. Perkembangan populasi kerbau dalam lima tahun terakhir berfluktuasi. Pada tahun 2011 populasinya menurun 34,73% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, namun pada tahun 2009, 2010, dan 2012 populasinya meningkat masing-masing 0,11%, 3,45%, dan 5,60%.

Sumatera Selatan merupakan salah satu Provinsi perkembangan populasi ternak kerbau yang hidup di daerah rawa lebak. Menurut BPS (2015) populasi ternak kerbau di Sumatera Selatan mencapai 9.354 ekor. Hal ini merupakan salah satu hal yang positif dalam menunjang pengembangan sektor agribisnis dalam bidang peternakan kerbau dan pemenuhan pangan yang dibutuhkan masyarakat di sumatera selatan. Salah satu sentra ternak kerbau di Sumatera Selatan adalah di kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Kecamatan Pampangan merupakan salah satu kabupaten yang ada di Sumatera Selatan yang berkontribusi dalam sektor agribisnis salah satunya dibidang peternakan kerbau . Kerbau di Kecamatan Pampangan terkenal dengan sebutan kerbau Pampangan. Kerbau Pampangan banyak dimanfaatkan oleh warga sekitar sebagai penghasil daging, dan beberapa sebagai penghasil susu. Hasil susu kerbau Pampangan banyak di olah oleh masyarakat sekitar menjadi berbagai macam olahan makanan sehat seperti menjadi “minyak samin”, “sago puan”, “tape puan” dan “gulo puan”. Salah satu Desa di Kecamatan Pampangan yang masyarakatnya mengelolah susu kerbau menjadi “gulo puan” dan memanfaatkan kerbau sebagai penghasil daging adalah di Desa Pulau Layang.

Desa Pulau Layang merupakan salah satu Desa di Kecamatan Pampangan yang beberapa masyarakatnya memanfaatkan kerbau sebagai penghasil daging dan penghasil susu untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Peternak di Desa Pulau Layang biasanya akan menjual kerbau langsung kepada konsumen yang membutuhkan dan juga kepada tengkulak sedangkan susu kerbau biasanya akan di olah menjadi olahan yang bernama “gulo puan”. Dalam penelitian ini Pengembangan usaha ternak kerbau di Desa Pulau Layang dilihat dari sub sistem agribisnisnya (permodalan/penunjang, pemeliharaan, pengolahan hasil produksi dan pemasaran). Tetapi dilihat dari sub sistem agribisnisnya dalam pengembangan ternak kerbau di Desa Pulau Layang masih belum optimal dan banyak beberapa kendala yang di hadapi.

Usaha ternak kerbau di Desa Pulau Layang sendiri belum menjadi fokus masyarakatnya dalam pengembangan sektor agribisnisnya. Usaha ternak kerbau dilakukan masyarakat Desa Pulau Layang masih di jadikan usaha secara turun menurun dan kerbau tersebut hanya dijadikan investasi masa depan. Sistem

pemasaran kerbau Desa Pulau Layang ini pun belum dilakukan dengan baik, baik pada pemeliharaan, pengolahan hasil produksi dan sistem penjualan. Kerbau di Desa Pulau layang hanya diperjual belikan oleh peternak di Desa Pulau Layang jika ada keperluan mendesak saja seperti membayar anak sekolah, membangun rumah dan keperluan lainnya.

Usaha ternak kerbau di Desa Pulau Layang selain kerbau yang diperjual belikan, kerbau di Desa Pulau Layang juga di manfaatkan oleh peternak sebagai penghasil susu. Beberapa peternak di Desa Pulau Layang lebih memilih susu murni kerbau dikelola menjadi olahan berupa “gulo puan” dari pada mengkonsumsi langsung susu murni kerbau. Salah satu alasan menjadikan susu murni kerbau menjadi olahan “gulo puan” karena permintaan masyarakat akan “gulo puan” lebih banyak dibandingkan dengan susu murni dan juga harga jual gulo puan yang didapatkan jauh lebih besar di bandingkan harga jual susu murni. “Gulo puan” merupakan usaha yang menjanjikan bagi masyarakat di Desa Pulau Layang namun dalam pengembangan usaha “gulo puan” yang bahan dasarnya dari susu murni kerbau masih banyak terdapat beberapa kendala baik pada bahan dasar yang terkadang belum bisa terpenuhi dengan baik, pengolahan hasil produksi, dan sistem pemasaran yang belum baik.

Berdasarkan uraian tersebut maka, penulis tertarik untuk melakukan melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Ternak Kerbau di Desa Pulau Layang Kecamatan Pampangan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan dalam penelitian yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran usaha ternak kerbau berupa ”gulo puan” dan kerbau yang diterapkan di Desa Layang Kecamatan Pampangan ?
2. Berapa besar marjin dan tingkat efisiensi pemasaran usaha ternak kerbau berupa ”gulo puan” dan kerbau di Desa Layang Kecamatan Pampangan ?
3. Bagaimana strategi Pengembangan pemasaran usaha ternak kerbau di Desa Layang Kecamatan Pampangan ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan saluran pemasaran "gulo puan" dan kerbau yang telah diterapkan peternak kerbau di Desa Layang Kecamatan Pampangan
2. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran "gulo puan" dan kerbau di Desa Layang Kecamatan Pampangan
3. Merumuskan strategi pengembangan pemasaran usaha ternak kerbau di Desa Layang Kecamatan Pampangan

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Agar dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat mengenai saluran pemasaran "gulo puan" dan kerbau di Desa Pulau Layang.
2. Memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya peternak dalam merencanakan suatu usaha nya agar usaha yang dilakukan lebih tersistem dengan baik dan menguntungkan bagi masyarakat umum maupun peternak
3. Dapat bermanfaat sebagai bahan pustaka atau untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2014. Analisis Medan Daya dalam TQM.
<https://fidianurulmaulidah.wordpress.com/2014/01/05/analisis-medandaya-dalam-tqm/>. Diakses pada Tanggal 23 Februari 2019.
- Anonymous. 2015. Efisiensi Pemasaran.
<https://dokumen.tips/documents/efisiensi-pemasaran.html>. Diakses pada Tanggal 17 November 2018.
- Anonymous. 2008. Spesies Unik dari Rawa.
<https://krmcenter.wordpress.com/tag/kerbau-rawa/>. Diakses pada Tanggal 17 November 2018.
- Andi . 2013. *Teori Pemasaran*.
http://ilmuandinformasi.blogspot.com/2013/06/teori-pemasaran_30.html. Diakses pada tanggal 14 November 2018
- Agrilan. 2013. *Efisisensi Pemasaran Jagung Manis di Desa WKO, Kecamatan Tobelo Tengah, Kabupaten Halmahera Utara*. Jurnal Agrilan Vol. 2 no. 2 hal. 85-93 [Pertanian]
- Anindita, Ratya dan Baladina, Nur. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian* Yogyakarta:Percetakan CV.Andi Offset
- Asmawati. 2018. *Analisis Efesiensi Pemasaran Beras di Kelurahan Apala, Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan*. Skripsi : Universitas Hasanuddin.
- Badan Penelitian dan Pengembangan pertanian kementerian pertanian. 2016. *Petunjuk Teknis Budidaya Padi Jajar Legowo super*. Jakarta : Puslitbang Tanaman Pangan.
- Baitah, Maharani. 2017. *Efisiensi Pemasaran dan Strategi Pengembangan Pemasaran Kopi Rakyat Desa Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi*. Skripsi : Universitas Jember
- BPS Ogan Komering Ilir. 2016. *Ogan Komering Ilir dalam angka*. Kayu Agung : BPS OKI

- Budiarsana, IGM, S Rusdiana, Wibowo W. 2015. *pengembangan ternak kerbau mengarah pada pembentukan wilayah Breeding di Kabupaten Pandeglang.* Balai Penelitian Ternak. Bogor : Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner 2015
- Dewiayu. 2012. Pengertian Marjin Pemasaran.
<Http://dewiayu-dewiayu.Blogspot.com/2012/02/pengertian-marjin-pemasaran.html>. Diakses pada tanggal 14 November 2018.
- Downey, W David dan Erickson, Steven P. 1987. *Manajemen Agribisnis Edisi Kedua.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Dwiyanto, Kusuma, Priyanti, Atien, dan Inounu Ismeth 2005. *Prospek dan Arah Pengembangan Komoditas Peternakan : Unggas, Sapi, dan Kambing-Domba.* Jurnal : Wartazoa Vol. 15 .No 1.
- Effendi, Dedi Soleh, Abidin, Zainal dan Prastowo, Bambang. 2014. *Model Percepatan Pengembangan Pertanian Lahan Rawa Lebak Berbasis Inovasi.* Jurnal Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sulawesi Tenggara
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis.* Jakarta : Bumi Aksara,2008
- Machfoedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern.* Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Bumi Aksara, 1997.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT:Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta :Gramedia Pustaka Utama
- Rizal, Achmad. 2018. Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas Comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat kecamatan payaraman kabupaten organ ilir. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Sunarti. 1996. *Beternak Kerbau.* Surabaya :JP Books
- Zikmund, Willian G dan Babin, Barry j. 2011. *Menjelajahi riset pemasaran.* Jakarta:Salemba Empat.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Universitas Sriwijaya Press(UB Press).
- Sjarkowi, H Fachrurrozie dan Sufri, Marwan. 2004. *Manajemen Agribisnis.* Palembang:Baldad Grafiti Press.

Sitanggang, Murti, Hartatik, T. 2009. *Profil Peternak dan Karakteristik Ternak Kerbau Rawa Lokal Yang Jadi Pilihan Peternak di Kabupaten Samosir Sumatera Utara.* Jurnal: Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner 2009.

Tanjung, Citra Ardini. 2017. Analisis Strategi dan Model Pengembangan Usaha Kerbau Pada Sentra Peternakan Rakyat di Kabupaten Serang, Banten. Skripsi. Insititut Teknologi Bogor.

Tunggal, Amin Widjaja. 1992. Audit Pemasaran (Marketing Audit). Jakarta : Anggota IKAP

Yunita. 2011. *Strategi Peningkatan Kapasitas Petani Padi Sawah Lebak Menuju Ketahanan Pangan Rumah Tangga (Studi Kasus : Di Kabupaten Ogan Ilir dan Ogan Komering Ilir, Sumsel).* Skripsi. Institut Teknologi Bogor

