

**ANALISIS KEUNTUNGAN PEDAGANG SAPI POTONG DI PASAR TERNAK SIMPANG RAYA
KECAMATAN SINGINGI HILIR KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

Mesri Alatas¹, Meli Sasmi² dan Lis Darti Roza²

¹ Mahasiswa Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian UNIKS

² Dosen Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian UNIKS

ABSTRACT

Penelitian ini adalah untuk mengetahui keuntungan pedagang sapi potong di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini dilaksanakan pada hari rabu tanggal 16 bulan juli dan hari rabu tanggal 23 bulan juli tahun 2014 di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi. Analisa data dilakukan dengan menggunakan komputer dengan program excell. Keuntungan rata-rata di tingkat pedagang sapi potong dipasar ternak simpang raya adalah sebesar Rp 337.500/ekor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pedagang sapi potong dipasar ternak simpang raya ini dilihat dari hasil analisis revenue cost ratio, hasil analisis R/C >1 menunjukkan bahwa total penerimaan yang di peroleh lebih besar dari total biaya pemasaran yang dikeluarkan sehingga kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang sapi potong di pasar ternak simpang raya layak.

Kata Kunci : pedagang, pemasaran, sapi potong.

**ANALYSIS OF PROFIT TRADERS CATTLE LIVESTOCK MARKET IN SIMPANG RAYA
DISTRICT SINGINGI HILIRKUANTAN SINGINGI**

ABSTRACT

This study was to determine the advantages beef cattle traders in the Market Animal Kingdom Kecamatan Singingi Simpang Hilir Regency Kuantan Singingi. These researches held on Wednesday 16th July and Wednesday 23 in July 2014 at the Livestock Market Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Regency Kuantan Singingi. The data were analyzed using the computer program Exell. The average profit at the level of the market beef cattle livestock traders highway intersection is Rp 337 500 / head. The results of researches show that the business of merchants beef cattle market cattle intersection of highway is derived from the analysis of revenue cost ratio, the result of the analysis of R / C > 1 shows that total receipts obtained is greater than the total marketing costs incurred so that the business activities conducted by the merchant beef cattle in the livestock market worth a highway intersection.

Keywords: merchant, marketing, beef cattle.

PENDAHULUAN

Daging merupakan salah satu sumber protein hewani yang bersumber dari hewan ternak. Daging dapat dihasilkan dari berbagai komoditas peternakan seperti ternak besar, ternak kecil dan ternak unggas. Ternak besar seperti sapi merupakan salah satu jenis ternak yang memiliki peranan penting sebagai penghasil daging dengan kualitas dan kuantitas cukup baik. Jenis atau bangsa sapi yang terdapat di Indonesia sebagai penghasil daging adalah sapi potong seperti bangsa sapi Bali, sapi Madura, sapi Peranakan Ongole (PO) dan sapi Brahman Cross.

Ternak sapi, khususnya sapi potong merupakan salah satu sumber daya penghasil bahan makanan berupa daging yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan penting artinya di dalam kehidupan masyarakat. Sebab seekor sapi atau kelompok ternak sapi bisa menghasilkan berbagai macam kebutuhan, terutama sebagai bahan makanan berupa daging (Rianto & Purbowati, 2009).

Prospek beternak sapi potong di Indonesia masih tetap terbuka lebar dalam waktu yang lama. Hal ini disebabkan kebutuhan daging sapi dari tahun ketahun terus menunjukkan peningkatan. Peningkatan ini memang sejalan dengan peningkatan taraf ekonomi dan kesadaran akan gizi dari masyarakat. Selain itu, dengan semakin bertambahnya penduduk berarti akan semakin bertambah pula konsumsi daging sapi. Namun peningkatan permintaan daging sapi ini tidak diikuti oleh jumlah populasi ternak sapi potong. (Yusuf & Nulik, 2008).

Perkembangan usaha sapi potong didorong oleh permintaan daging yang terus menerus meningkat dari tahun ketahun dan timbulnya keinginan

sebagian besar peternak sapi untuk menjual sapi-sapinya dengan harga yang lebih pantas. Perkembangan usaha sapi potong juga tidak lepas dari upaya pemerintah yang telah mendukung. Kondisi ini dapat menjadi motivasi dari para peternak untuk lebih mengembangkan usaha peternakan sapi potong sebagai upaya pemenuhan permintaan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Siregar, 2008).

Kabupaten Kuantan Singingi merupakan daerah yang sangat baik untuk dijadikan sebagai tempat pengembangan ternak sapi potong. Hal ini dikarenakan adanya daya dukung kesesuaian iklim dan akses keberbagai daerah. Kabupaten Kuantan Singingi memiliki keunggulan dalam usaha peternakan sapi potong karena ketersediaan lahan yang luas sehingga ketersediaan pakan ternak dapat terpenuhi dan kemampuan penduduk dalam menangani ternak ini.

Pemasaran ternak sapi potong di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir yang satu-satunya Pasar Ternak yang beroperasi di Kabupaten Kuantan Singingi, masih terdapat beberapa masalah antara lain : harga dan biaya pemasaran yang tidak menentu. Para peternak selalu berpatokan dengan harga jual yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul melalui penaksiran karna tidak adanya patokan harga dari pemerintah.

Pada umumnya peternak bertindak sebagai penerima harga, sehingga menyebabkan penerimaan ditingkat peternak menjadi paling rendah. Hal tersebut terjadi dikarenakan peternak tidak memiliki kekuatan tawar menawar dibandingkan dengan lembaga pemasaran yang ada sehingga margin dan keuntungan tidak merata di setiap

lembaga pemasaran .Selain itu, jauhnya lokasi pemasaran dari sentra produksi memungkinkan timbulnya resiko para peternak seandainya peternak menjual hasil ternaknya langsung kepada konsumen akhir, yaitu berupa biaya transportasi. Sedangkan jika menjual hasil panen di daerah produksinya, peternak menghadapi resiko harga penjualan terlalu rendah. Hal inilah yang melatar belakangi penelitian mengenai “Analisis Pendapatan Pedagang Sapi Potong Di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi hilir Kabupaten Kuantan Singingi”.

BAHAN DAN METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 16 bulan Juli dan hari Rabu tanggal 23 bulan Juli tahun 2014 Di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.

Metode Pengambilan Sampel

Metode penelitian menggunakan metode survey yaitu dengan mewawancarai pedagang yang menjual ternak sapi potong. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive terhadap sepuluh orang pedagang dari lima belas pedagang yang ada di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden yang berpedoman kepada kuesioner . Responden penelitian adalah penjual dan pembeli yang melaksanakan transaksi jual beli sapi di pasar Ternak Simpang Raya. Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari instansi terkait. Kedua jenis data tersebut dapat bersifat kuantitatif maupun kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir

Geografis

Kecamatan Singingi Hilir adalah salah satu wilayah kecamatan di Kabupaten Kuantan Singingi luas wilayahnya adalah 1530.97 km² atau 153097 ha. Tidak ada wilayahnya yang berbatasan dengan laut, namun ada sebagian wilayahnya yang dibatasi oleh sungai, sebagai batas alam dengan kecamatan lain. sebanyak 4 dari 12 desa di kecamatan singingi hilir dilintasi oleh sungai singingi yang merupakan salah satu sungai terbesar di kecamatan singingi hilir. Batas wilayah kecamatan singingi hilir meliputi: sebelah utara berbatasan dengan kabupaten kampar, selatan berbatasan dengan Kecamatan Singingi, Barat berbatasan dengan Propinsi Sumatera Barat, Timur berbatasan dengan Kecamatan Logas Tanah Darat .Desa yang terluas di kecamatan singingi hilir adalah desa petai dengan luas sekitar 40.837 ha atau sekitar 26,67 % dari luas wilayah kecamatan singingi hilir. Daerah Kecamatan Singingi Hilir pada umumnya merupakan tanah datar dan berbukit dengan jenis tanah hitam gembur pada lapisan atas dan berwarna kuning pada lapisan bawahnya,dengan ketinggian sekitar 35 meter dari permukaan laut.

Demografis

Jumlah penduduk Kecamatan Singingi Hilir sebanyak 39.765 jiwa pada tahun 2012 dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 20.889 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 18.876 jiwa. dengan luas wilayah 1530.97 km² , setiap km² ditempati penduduk sebanyak 26 orang pada akhir tahun 2012. rata-rata anggota rumah tangga pada tahun 2012

adalah 4 jiwa, dengan pertumbuhan penduduk sebesar 8,41%. dari 12 desa yang ada di Kecamatan Singingi Hilir, desa yang memiliki penduduk terbanyak adalah desa suka maju dengan jumlah penduduk sebanyak 5.717 jiwa terdiri dari penduduk laki-laki 3002 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 2715 jiwa, sedangkan desa yang paling sedikit penduduknya adalah desa suka damai dengan jumlah penduduk sebanyak 2020 jiwa terdiri dari penduduk laki-laki 1014 jiwa dan 1006 jiwa penduduk perempuan. secara umum jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk perempuan. hal ini dapat ditunjukkan oleh sex ratio laki laki yang nilainya lebih tinggi dari penduduk perempuan ,penduduk laki-laki. pada tahun 2010 dan 2012, untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 111 penduduk laki-laki.

Kondisi Pasar Ternak

Pasar ternak simpang raya adalah satu-satunya pasar ternak yang ada di Kecamatan Singingi Hilir di desa Simpang Raya. Pasar ternak Simpang Raya memiliki sebuah bangunan kantor petugas pasar dan petugas peternakan, selain bangunan kantor pasar ternak simpang raya juga memiliki sederet bangunan kandang penampung, sarana lain yang dimiliki oleh Pasar ternak Simpang Raya antara lain; sumur sebagai sumber air; toilet; dan kandang jepit.

Pasar ternak simpang raya kecamatan singingi hilir di resmikan dan mulai beroperasi pada tahun 2012, pasar ternak Simpang Raya berada dalam naungan Dinas Peternakan Kabupaten Kuantan Singingi, lokasi pasar ternak tidak jauh dari pemukiman penduduk jarak antara rumah penduduk dengan pasar ternak sekitar 300 M, dan jarak dari jalan

poros desa simpang raya sekitar 10 M. jumlah pedagang rutin di Pasar Ternak Simpang Raya berjumlah 11 orang dan rata – rata pembeli berjumlah 7 – 9 orang, penjualan sapi di pasar ternak simpang raya 15 – 20 ekor sapi setiap minggu. Petugas yang ada di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten kauntan singingi tersusun dalam sebuah struktur seperti terlihat pada lampiran 4.

Keadaan Umum Responden Umur Responden

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor pendukung keberhasilan suatu usaha dimana termasuk dalam hal ini umur seseorang. Umur seorang berpengaruh terhadap kerja, sebab umur erat kaitannya dengan kemampuan kerja serta pola pikir dalam menentukan corak dan bentuk serta pola manajemen yang diterapkan dalam usaha. Berdasarkan hal inilah, maka peranan tingkatan umur bagi pedagang di pasar ternak tidak dapat diabaikan. Klasifikasi umur responden pedagang sapi bali di Pasar Ternak Simpang Raya, Kecamatan Singingi Hilir, Kabupaten Kuantan Singingi.

Umur adalah lamanya waktu hidup yaitu dihitung sejak lahir sampai dengan sekarang. Penentuan umur dilakukan dengan menggunakan hitungan tahun (Chaniago, 2002). Menurut Elisabeth yang dikutip Nursalam (2003), usia adalah umur individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Pembagian umur berdasarkan psikologi perkembangan (Hurlock, 2002) bahwa masa dewasa terbagi atas :

- a. Masa Dewasa Dini, berlangsung antara usia 18 - 40 tahun
- b. Masa Dewasa Madya, berlangsung antara usia 41 - 60 tahun

- c. Masa Lanjut Usia, berlangsung antara usia > 61 tahun

Menurut Hurlock (1998) semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Dari segi kepercayaan masyarakat, seseorang yang lebih dewasa lebih dipercaya dari orang yang belum tinggi kedewasaannya. Hal ini dilihat dari pengalaman dan kematangan jiwanya. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku kesehatan seseorang. Menurut Suryabudhi (2003) seseorang yang menjalani hidup secara normal dapat diasumsikan bahwa semakin lama hidup maka pengalaman semakin banyak, pengetahuan semakin luas, keahliannya semakin mendalam dan kearifannya semakin baik dalam pengambilan keputusan tindakannya. Demikian juga ibu, semakin lama hidup (tua), maka akan semakin baik pula dalam melakukan tindakan dalam perawatan kesehatan gigi dan mulut anak. Menurut hasil penelitian Ahmad Syafii (2005) ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara umur ibu dengan timbulnya penyakit gigi dan mulut anak SD. Semakin tua umur ibu maka semakin matang untuk memberikan pendidikan tentang kebersihan mulut pada anak, sehingga dapat menurunkan angka kejadian penyakit gigi dan mulut pada anak.

Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jenis kelamin reponden yaitu Pedagang sapi bali di Pasar Ternak Simpang Raya dapat di jelaskan bahwa semua responden berjenis kelamin laki-laki, hal ini dikarenakan produktifitas kaum laki-laki lebih kuat dari wanita dan kaum lelaki memang bekerja untuk menafkahi keluarga sedangkan perempuan hanya mengurus anak, pekerjaan rumah tangga,

dan terkadang turut membantu suami bekerja diladang pertanian.

Tingkat Pendidikan

Indikator lain yang dianggap berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha adalah tingkat pendidikan. Perbedaan tingkat pendidikan akan menyebabkan pula perbedaan cara atau manajemen pemasaran pedagang. Tingkat pendidikan adalah strata pendidikan formal tertinggi yang berhasil dicapai menurut pengakuan pedagang sampai pada saat penelitian dilakukan.

Menurut Dictionary of Education (1984) pendidikan adalah proses dimana seseorang mengembangkan kemampuan, sikap dan bentuk tingkah laku lainnya di dalam lingkungan masyarakat. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa pendidikan merupakan alat yang digunakan untuk merubah perilaku manusia. Pendidikan dapat diartikan sebagai suatu proses atau kegiatan untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan individu atau masyarakat. Ini berarti bahwa pendidikan adalah suatu pembentukan watak yaitu sikap disertai kemampuan dalam bentuk kecerdasan, pengetahuan dan keterampilan. Menurut Daryanto (1997), pendidikan adalah upaya peningkatan manusia ke taraf insani itulah yang disebut mendidik. Pendidikan adalah segala usaha untuk membina kepribadian dan mengembangkan kemampuan manusia secara jasmani dan rohani yang berlangsung seumur hidup, baik di dalam maupun di luar sekolah dalam rangka pembangunan persatuan Indonesia dan masyarakat (Hasibuan, 2005).

Pengalaman Pedagang

Pengalaman berdagang sapi adalah lamanya seseorang menggeluti

usaha perdagangan ternak sapi yang dinyatakan dalam tahun. Pengalaman bedagang ternak ini merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan usaha, sebab semakin lama pedagang mengelola usaha maka semakin banyak pula mengetahui dan mengenal hal-hal yang berkaitan dengan usahanya. Sesuai yang terlihat pada lampiran tabel 1. Karakteristik responden bahwa rata-rata pengalaman pedagang sapi di pasar ternak simpang raya adalah antara 1.36 tahun.

Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Fungsi pemasaran terdiri dari tiga fungsi, yaitu : fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas (Limbong dan Sitorus, 1987).

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu: fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pertukaran meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan hak milik suatu barang dan atau jasa melalui suatu proses pertukaran. Fungsi pertukaran terdiri atas dua fungsi, yaitu usaha penjualan dan usaha pembelian. Fungsi usaha penjualan ini dilakukan oleh semua pihak yang terlibat dalam proses pemasaran yaitu peternak, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Sedangkan fungsi usaha pembelian dilakukan oleh pedagang perantara dan konsumen.

Fungsi fisik adalah semua aktifitas untuk menangani, menggerakkan, dan mengubah produk-produk secara fisik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

konsumen. Fungsi fisik ini meliputi pengangkutan dan pengolahan yang berperan dalam kegiatan fungsional pemasaran yang menimbulkan kegunaan waktu, tempat dan bentuk.

Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi dan grading, fungsi penanggungan risiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Fungsi standarisasi merupakan penentuan mutu dari suatu barang. Fungsi fasilitas pemasaran mencakup semua kegiatan yang dapat membantu kelancaran proses pemasaran. Fungsi fasilitas dalam sistem pemasaran produk terdiri atas standarisasi dan penggolongan mutu, pembiayaan, penanggungan resiko, serta penyediaan informasi pasar. Standarisasi dan penggolongan mutu adalah suatu usaha mengklasifikasikan produk kedalam kumpulan-kumpulan berdasarkan standarisasi tertentu. Dengan demikian kegiatan standarisasi dan penggolongan mutu tersebut lebih bersifat sebagai suatu kegiatan penyortiran.

Fungsi pembiayaan dilakukan oleh setiap tahap kegiatan pemasaran dan berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, pengevaluasian, dan pengendalian pembiayaan. Fungsi penyediaan informasi pasar memegang peranan penting dalam melancarkan proses operasi sistem pemasaran, sedangkan fungsi penanggungan resiko merupakan salah satu unsur biaya yang sulit diperkirakan besarnya dalam setiap aktifitas bisnis, baik resiko penurunan produksi maupun resiko penurunan dalam nilai produk atau pendapatan usaha.

Analisis Pendapatan Pedagang Sapi Potong di Pasar Ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.

Analisa Biaya Pemasaran Sapi Potong Di Pasar Ternak Simpang Raya.

Pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang sapi potong dalam proses pemasaran merupakan biaya-biaya yang dilakukan selama proses pemasaran terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Menggambarkan biaya-biaya yang ditimbulkan dalam proses pemasaran.

Berdasarkan analisis biaya pemasaran terhadap pemasaran sapi potong di pasar ternak Simpang Raya, pedagang tidak terlalu besar dalam mengeluarkan biaya pemasaran hal ini disebabkan pedagang tidak lagi menyewa kandang penampungan dan pedagang juga memiliki alat transportasi ternak sendiri.

Analisa Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih dari total penerimaan dengan total biaya. Dari hasil analisis rata-rata penjualan dan pembelian dan total biaya pemasaran diperoleh keuntungan sebesar Rp. 370.500,00.-.

Keuntungan rata-rata ditingkat pedagang sapi potong di pasar ternak simpang raya adalah sebesar Rp 337.500/ekor. merupakan keuntungan yang diperoleh dari satu ekor penjualan sapi potong.

Dari hasil penjualan pedagang diperoleh keuntungan per ekor sapi potong sebesar Rp. 337.500/ekor dengan rata-rata penjualan satu ekor/pedagang. Jika penjualan dapat ditingkatkan lagi

tentunya akan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Besarnya keuntungan akan berdampak terhadap kesejahteraan pedagang. Semakin banyak sapi yang terjual maka penerimaan akan semakin tinggi. Agar lebih banyak terjual maka pedagang di pasar ternak simpang raya harus memiliki pelanggan yang lebih banyak.

Analisis Revenue Cost Ratio

Analisis Revenue Cost Ratio merupakan analisis pendapatan yang digunakan untuk mengetahui tingkat pendapatan yang diperoleh oleh pedagang sapi potong. Digambarkan nilai R/C usaha penjualan sapi potong oleh pedagang di pasar ternak simpang raya.

Diperoleh nilai R/C sebesar 1.06 artinya satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran sapi potong oleh pedagang maka diperoleh pendapatan sebesar 1.06 rupiah atau diperoleh keuntungan sebesar 0, 1.06 rupiah. Jika nilai R/C > 1, maka total penerimaan yang diperoleh lebih besar dari total biaya pemasaran yang dikeluarkan sehingga kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang dalam memasarkan sapi potong mengalami keuntungan, artinya usaha pemasaran sapi potong yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Ternak Simpang Raya layak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dilihat dari nilai R/C > 1 yaitu sebesar 1.06. maka artinya satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran sapi potong di pasar ternak simpang raya di peroleh pendapatan sebesar Rp 1.06 dan

berarti aktifitas pemasaran sapi potong di pasar ternak simpang raya layak dan menguntungkan.

Saran

1. Agar keuntungan biaya yang diperoleh pedagang lebih besar hendaknya dilakukan efisiensi dalam proses pemasaran.
2. Meningkatkan jumlah penjualan sapi di tingkat pedagang dengan mencari pelanggan yang lebih banyak baik yang berada di dalam daerah maupun luar daerah.
3. Meningkatkan populasi ternak ditingkat peternak agar jumlah ternak yang tersedia untuk dipasarkan tersedia setiap saat

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2002, Penggemukan Sapi Potong. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Amrullah, I.K. 2002. Nutrisi Ayam Broiler. Lembaga Satu Gunung Budi. Bogor
- Angipora.P.M. 2002.Dasar-Dasar Pemasaran. Penerbit PT Raja Grafindo persada. Jakarta.
- Assauri. Sofjan, 2007. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta.
- Boyd. H.W., O.C.Walker, dan J.C.Larreche.2000. Manajemen pemasaran: suatu pendekatan strategis dengan orientasi Global.Penerbit Erlangga.Jakarta.
- Dahl. D.C. and J.W. Hammond. 1977. Market and price Analysis The Agicultural Industries. Megrahill Book Company. Newyork.
- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian Untuk Perencanaan. Univesrsitas Indonesia Press, Jakarta.
- Downey W. D. dan S. P Erikson, 1992. Manajemen Agribisnis. Edisi Kedua Erlangga. Jakarta
- Gunawan, H. 1985. Dasar Pemasaran. Penerbit Swadaya. Jakarta
- Hanafiah A.M dan Saefuddin, A.M , 1986. Tata niaga Hasil Perikanan. Edisi Kedua. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Harnanto. 1992, Akuntansi Biaya Untuk Perhitungan Harga Pokok Produk, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Limbong dan Sitorus, 1987. Pengantar Tataniaga Ekonomi. IPB Bogor. Bogor
- Mubyarto. 1997. Pengantar Ekonomi Pertanian. Cetakan keempat. LP3ES, Jakarta.
- Rasyaf. M 1996. Memasarkan Hasil Peternakan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rianto, E. dan Purbowati, E. Sapi Potong. Swadaya. Jakarta
- Siregar, 2008.Penggemukan Sapi. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Simamora, H. 2001. Manajemen Pemasaran Internasional. Jilid II. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekartawi. 2001. Agribisnis : teori dan Aplikasinya. Penerbit PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soekartawati. 1995. Analisis Usaha Tani. Universitas Indonesia Press, Jakarta

Sudiyono. A. 2001. Pemasaran Pertanian.
Edisi Pertama. UUM Press.
Penerbitan Universitas Brawijaya
Malang. Malang

Sugeng, B. 2008. Sapi Potong. Penebar
Swadaya, Jakarta.

Sudarmono. 2008. Sapi Potong. Penebar
Swadaya, Jakarta.

Soekartawi. 2001. Agribisnis : teori dan
Aplikasinya. Penerbit PT. Raja

Grafindo. Jakarta.

Winardi, 1993. Aspek-Aspek bauran
Pemasaran (Marketing Mix) CV. Bandar
Maju. Bandung

