

## **Analisis Rantai Pasok dan *Profit Margin* Ternak Kambing di Kabupaten Banyumas**

### ***Analysis of Supply Chain and Profit of Goats Livestock Margin in The District of Banyumas***

**Aulia Desta Eskatectona, Nunung Noor Hidayat dan Sri Mastuti**  
Fakultas Peternakan, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

Email : auliadestaeskatectona12@gmail.com

#### **Abstrak**

**Latar belakang.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rantai pasok usaha ternak kambing di Kabupaten Banyumas, menganalisis profit margin yang dicapai lembaga pemasaran ternak kambing di Kabupaten Banyumas dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi profit margin lembaga pemasaran ternak kambing di Kabupaten Banyumas. **Materi dan metode.** Metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode survai yaitu melakukan pengamatan dan wawancara menggunakan kuisioner. Teknik penentuan sampel wilayah dilakukan dengan metode Purposive Sampling yaitu dipilih dua Pasar Hewan yang ada di Kabupaten Banyumas yaitu Pasar Hewan Sokaraja dan Pasar Hewan Cilongok. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode Snowball Sampling sehingga mendapatkan sampel sebanyak 30 responden. Variabel yang diteliti yaitu variabel terikat profit margin dan variabel bebas harga jual awal ternak, jumlah kepemilikan ternak, lama pemeliharaan, tingkat pendidikan dan tingkat pedagang. Distribusi rantai pasok ternak kambing dianalisis secara deskriptif, besarnya profit margin masing-masing lembaga dianalisis dengan analisis Net Profit Margin (NPM), dan pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap profit margin dianalisis menggunakan regresi linier berganda. **Hasil.** Hasil dari penelitian ini adalah pertama, pola rantai pasok pada usaha ternak kambing di Kabupaten Banyumas terdapat 3 pola yaitu pola rantai pasok I (peternak, pedagang I, konsumen atau penjalag), pola rantai pasok II (peternak, pedagang I, pedagang II, konsumen atau penjalag) dan pola rantai pasok III (peternak, pedagang I, pedagang II, pedagang III, konsumen atau penjalag); kedua, profit margin yang dicapai pada pedagang I sebesar 15% sedangkan pedagang II sebesar 6,54% ; ketiga, profit margin dipengaruhi oleh harga jual awal ternak, lama pemeliharaan dan tingkat pedagang. **Simpulan.** Pedagang hendaknya menjual ternak kambing dengan tidak terlalu banyak melewati rantai pasok dan menjual pada momen Idul Adha agar profit margin yang dihasilkan tinggi.

**Kata kunci:** kambing, rantai pasok, profit margin, kabupaten banyumas, pedagang

#### **Abstract**

**Background.** This research aims to cognize the supply chain of goat farms in Banyumas Regency, to analyze the profit margins achieved by goat livestock marketing agencies in Banyumas Regency and to focus the factors that affect the profit margins of goat livestock in Banyumas Regency. **Materials and methods.** The sampling method was carried out by survey method, conducting interviews using a questionnairespecifically. The technique of determining the area sample was carried out by using purposive sampling method, namely two animal markets in Banyumas Regency were selected, namely the Sokaraja Animal Market and the Cilongok Animal Market. The sampling technique was

carried out by the Snowball Sampling method in order to obtain a sample of 30 respondents. The variables studied were the dependent variable is profit margin and the independent variable are the the price of livestock, length of goats raising, level of education and level of traders. The supply chain distribution of goats was analyzed descriptively, the amount of profit margin of each institution was analyzed using Net Profit Margin (NPM) analysis, and the influence of economy social factors was analyzed using multiple linear regression. **Results.** The results of this research are first, there are 3 patterns of supply chain in the goat farms business in Banyumas Regency, namely the supply chain pattern I (breeders, merchants I, consumers or butchers), supply chain pattern II (breeders, merchants I, merchantsII, consumers or butchers) and pattern Supply chain III (breeders, merchants I, merchants II, merchants III, consumers or butchers); second, the profit margin achieved by merchants I and merchants II of goat livestock in Banyumas Regency has a difference thing where the value of the profit margin for merchantsI is 15% meanwhile another one was 6.54%; third, profit margin was obtained by the price of livestock, length of raising and the level of merchants. **Conclusion.** Traders should sell goat livestock without going through the supply chain too much and sell at the time of Eid al-Adha so that the profit margin generated is high.

**Keywords:** goats, supply chain, profit margin, banyumas regency, merchants

## LATAR BELAKANG

Kambing merupakan salah satu ternak ruminansia kecil sebagai penghasil protein hewani berupa daging dan susu. Kambing merupakan salah satu ternak yang memiliki populasi besar di Kabupaten Banyumas namun masih jarang dikonsumsi masyarakat pada umumnya. Konsumsi daging kambing di masyarakat lebih dominan untuk dijadikan sate karena masih kurang jelasnya mengenai pemasaran daging kambing di Kabupaten Banyumas.

Usaha adalah suatu keseluruhan aktivitas untuk mendapatkan hasil di waktu yang akan datang. Salah satu contohnya yaitu dengan menjadi pedagang kambing. Salah satu kriteria bahwa usaha dapat dikatakan berhasil apabila pelaku pemasaran mampu saling berinteraksi dan melakukan transaksi antar pelaku pemasaran yang akan membentuk sebuah pola yang disebut rantai pasok. Rantai pasok merupakan suatu proses yang dimulai dari pengumpulan sumber daya dilanjutkan dengan pengelolaan menjadi produk jadi untuk selanjutnya didistribusikan dan dipasarkan sampai kepada konsumen. Penerapan rantai pasokan dalam suatu usaha sangat membantu untuk memenuhi tingkat permintaan yang semakin tinggi.

Penjualan ternak kambing biasanya dilakukan dengan cara peternak menjual ternaknya ke pedagang yang berada di dekat peternakan, berkeliling ke desa-desa maupun dibawa ke pasar hewan. Peternak jarang yang menjual langsung ternaknya kepada pembeli karena masih jarang pembeli datang langsung ke peternak. Banyak peternak yang langsung menjual ternaknya ke pedagang untuk meminimalkan biaya penjualan. Pedagang ternak kambing akan mencari keuntungan untuk usaha yang dijelankannya.

Keuntungan di setiap pedagang akan berbeda tergantung dengan biaya yang dikeluarkan selama pemeliharaan. Keuntungan yang diperoleh pedagang dapat disebut *profit margin*. *Profit margin* adalah membandingkan laba bersih dengan

penjualan bersih kemudian mempunyai hasil dalam bentuk persen. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perbedaan *profit margin* di setiap pedagangnya.

## MATERI DAN METODE

### Materi

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi lapangan, pengamatan dan wawancara secara langsung dengan peternak dan pedagang ternak kambing di dua pasar hewan besar menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder diperoleh dari catatan - catatan yang terdapat di Dinas Peternakan, BPS (Badan Pusat Statistik), dan studi pustaka yang relevan.

### Metode

Teknik penentuan sampel wilayah dilakukan dengan metode *Purposive Sampling* yaitu dipilih dua Pasar Hewan yang ada di Kabupaten Banyumas yaitu Pasar Hewan Sokaraja dan Pasar Hewan Cilongok. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Snowball Sampling* sehingga mendapatkan sampel sebanyak 30 responden.

### Analisis statistik

#### Rantai Pasok

Rantai pasok dilakukan dengan menggunakan analisis deskripsi. Caranya yaitu dengan mengurutkan rantai pasok dari pedagang I, pedagang II dan seterusnya sebelum ke konsumen akhir.

#### Profit Margin

Semakin tinggi NPM maka semakin efektif suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya (Munawir, 2010). *Net Profit Margin* yaitu membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih kemudian mempunyai hasil dalam bentuk persen atau dapat ditulis rumus:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Laba Bersih : Harga Jual Ternak (Harga Beli + Biaya yang dikeluarkan)

Penjualan : Harga Penjualan Ternak

Faktor-faktor yang mempengaruhi Profit Margin

Faktor-faktor untuk mengetahui pengaruh *profit margin* digunakan analisis regresi berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + D + e$$

Keterangan :

Y = profit margin

a = Intresep

b = Koefisiensi

X<sub>1</sub> = Harga jual awal ternak kambing dari peternak

X<sub>2</sub> = Jumlah ternak yang dikuasai

X<sub>3</sub> = Lama pemeliharaan di lembaga pemasaran

- $X_4$  = tingkat pendidikan pedagang  
 $D$  = Dummy untuk lembaga pemasaran  
 $D = 0$  (Pedagang 1) dan  $D = 1$  (Pedagang 2dst)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah besaran yang dipakai untuk menunjukkan sampai seberapa jauh variasi *variable dependent* dijelaskan oleh *variable independen*. Rumus untuk mencari koefisien determinasi menurut (Sudjana, 2002) adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK(\text{Reg})}{\Sigma y^2}$$

Keterangan:

- $R^2$  : Koefisien determinasi  
 $JK(\text{Reg})$  : Jumlah Kuadrat Regresi  
 $\Sigma y^2$  : Jumlah kuadrat total dikoreksi

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh *variable independen* secara bersama-sama terhadap *variable dependen*. Cara untuk mencari nilai besaran F menurut (Sudjana, 2002) adalah sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- $k$  : Banyaknya Variabel  
 $n$  : Banyaknya Sampel  
 $R^2$  : Koefisien Determinasi

Uji t parsial

Uji t parsial bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh antara *variable independen* (X) terhadap *variable dependen* (Y). Untuk melakukan uji t maka dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

- $t$  : mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df)  
 $b_i$  : koefisien regresi masing-masing variabel  
 $S_{b_i}$  : standar error masing-masing variable

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Kabupaten Banyumas

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang terletak di sebelah barat daya Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas terdiri dari 27 kecamatan, 30 kelurahan dan 301 desa dengan jumlah penduduk pada tahun 2019 sebanyak 1.679.124 jiwa. Luas wilayah Kabupaten Banyumas sekitar 1.327,60 km<sup>2</sup> dengan keadaan wilayahnya berada di dataran dan pegunungan. Dataran di Kabupaten

Banyumas terdiri dari 20,30% berada di ketinggian kurang dari 25 m, 31,87% berada di ketinggian 25 m - 100 m, 30,42% berada di ketinggian 100 m – 500 m, 13,08% berada di ketinggian 500 m – 1000 m dan 4,50 % berada di ketinggian lebih dari 1000 m diatas permukaan laut. Kabupaten Banyumas memiliki iklim tropis dengan suhu udara antara 21,4° – 30,9° C. Kabupaten Banyumas memiliki lahan yang terbagi menjadi tiga, yaitu lahan sawah seluas 31.943 Ha, lahan pertanian bukan sawah seluas 69.328 Ha dan lahan bukan pertanian seluas 31.487 Ha.

### Rantai Pasok

Pemasaran ternak kambing di Kabupaten Banyumas sebagian besar masih didominasi oleh pedagang perantara. Keterbatasan yang dimiliki oleh peternak menjadi salah satu penyebab dari panjangnya rantai pasok yang dilalui. Berdasarkan hasil pengamatan dan komunikasi langsung dengan lembaga pemasaran diketahui bahwa pemasaran ternak kambing di Kabupaten Banyumas memiliki beberapa saluran pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu peternak, pedagang I, pedagang II, pedagang selanjutnya sampai akhirnya ke konsumen. Menurut Setya *et al* (2016), perbedaan pola saluran pemasaran menyebabkan adanya perbedaan harga serta keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku. Proses pemasaran ternak di Kabupaten Banyumas diawali dari penjualan ternak oleh peternak melalui penjualan dari peternak ke pedagang.

Tabel 1. Rantai Pasok Ternak Kambing di Kabupaten Banyumas

No	Pola	Jumlah	Persentase (%)
1.	Rantai Pasok I	9	27,27
2.	Rantai Pasok II	16	48,49
3.	Rantai Pasok III	8	24,24
<b>Total</b>		33	100,00

Sumber: Data Penelitian Setelah Diolah, 2020.

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pola rantai pasok yang paling banyak digunakan adalah pola rantai pasok II. Rantai pasok II diperoleh angka sebanyak 16 dengan persentase sebesar 48,49% dan profit margin sebesar 7,65%. Hal tersebut karena konsumen atau penjagal lebih senang mencari atau membeli langsung dipasar karena melihat dari harga dan pilihan jenis kambing yang bervariasi serta dapat melakukan tawar menawar harga secara langsung. saluran pemasaran yang semakin kompleks membutuhkan waktu dan biaya yang lebih banyak namun saluran tersebut paling banyak dilakukan oleh pedagang di kota besar dikarenakan harga yang relatif lebih murah dan pilihan ternak yang beragam.

### Profit Margin

*Profit margin* merupakan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan bersih yang hasil akhirnya dalam bentuk persentase. *Profit margin* mengindikasikan kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu dan juga menilai manajemen suatu usaha untuk mengontrol berbagai pengeluaran yang langsung digunakan dalam menghasilkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan perolehan besarnya *profit margin* di setiap lembaga pemasaran. Perbedaan besarnya *profit margin* yang diperoleh setiap

lembaga pemasaran dikarena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi seperti biaya transportasi, biaya pemeliharaan dan biaya blantik jika ada.

Tabel 2. *Profit Margin* Saluran Pemasaran Ternak Kambing di Kabupaten Banyumas

No	Status	Satuan (Rp/Ekor)
1.	Peternak	-
2.	Pedagang I	
	a. Laba usaha	220.208,00
	b. Penjualan Bersih	1.772.916,67
	c. Profit Margin	15%
3.	Pedagang II	
	a. Laba Usaha	96.851,85
	b. Penjualan Bersih	1.572.222,22
	c. Profit Margin	6,54%

Sumber: Data Hasil Penelitian Setelah Diolah, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa laba usaha yang diterima pedagang I sebesar Rp 220.208,00 dengan penjualan bersih yang diperoleh sebesar Rp 1.772.916,67. Nilai profit margin untuk pedagang I ini adalah sebesar 15%. Pedagang II memperoleh laba usaha sebesar Rp96.851,85 dengan penjualan bersih yang diperoleh sebesar Rp 1.572.222,22. Nilai profit margin yang diperoleh pedagang II adalah sebesar 6,54%. Hasil profit margin yang tertera di tabel 8 menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan laba pedagang I lebih baik daripada pedagang II. Gultom (2015) menyatakan bahwa *profit margin* memiliki peran untuk mengetahui laba dari setiap penjualan atau pendapat yang diperoleh pedagang.

### Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Profit Margin* Pedagang Ternak Kambing

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variable	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	0,212932	0,043831	4,858052	4,46E-05
X1 Harga Jual Awal dari Peternak	-2,85E-08	1,095E-08	-	0,014703**
X2 Jumlah Ternak yang Dikuasai	0,015499	0,015110	1,025738	0,314118
X3 Lama Pemeliharaan	0,000515	0,000256	2,010564	0,054457*
X4 Tingkat Pendidikan	-0,005285	0,005330	-	0,330213
D Tingkat Pedagang	-0,074400	0,025155	-	0,006374**
			2,957590	*
<i>R square</i>	0,555474	*) Nyata pada tingkat kepercayaan 90%		
<i>Significance F</i>	0,000338**	**) Nyata pada tingkat kepercayaan 95%		
<i>F</i>	6,747783	***) Nyata pada tingkat kepercayaan 99%		

Sumber: Data Hasil Penelitian Setelah Dianalisis, 2020.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *profit margin* di setiap pedagang dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Faktor-faktor yang digunakan saat analisis yaitu *variable independen* dan *variable dependen*. *Variable independen* atau variable bebas (X) terdiri dari harga jual awal ternak dari peternak (X1), jumlah ternak yang dikuasai (X2), lama pemeliharaan (X3), tingkat pendidikan responden (X4) dan

tingkat pedagang (D). Sedangkan untuk *variable dependen* atau variabel terikat (Y) yaitu *profit margin* yang telah dihitung. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y = 0,212932 - 0,000000028x_1 + 0,015499x_2 + 0,000515x_3 - 0,005285x_4 - 0,074400 + e$ . Nilai koefisien determinasi berdasarkan hasil analisis regresi berganda adalah sebesar 0,555474 atau 55,55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa 55,55% variasi *variable dependent* (*profit margin*) dapat dijelaskan oleh *variable independent* (harga jual awal ternak kambing, jumlah ternak yang dikuasai, lama pemeliharaan dan tingkat pendidikan). Sedangkan 44,45% variasi *variable dependent* dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar permodelan regresi. Nilai signifikansi permodelan regresi lebih kecil dari signifikansi 0,05 yaitu 0,000338 yang berarti bahwa *variable independent* secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap *variable dependent* dengan tingkat kepercayaan 99% ( $P < 0,01$ ). Hal ini berarti *variable independent* (harga jual awal ternak kambing, jumlah ternak yang dikuasai, lama pemeliharaan dan tingkat pendidikan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *variable dependent* (*profit margin*). Secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap *profit margin* adalah variabel harga jual awal ternak, lama pemeliharaan ternak dan tingkat pedagang.

### **Pengaruh *Variable Independen* terhadap *Profit Margin* Secara Parsial Pedagang Ternak Kambing**

#### **Harga Jual Awal Ternak**

Variabel harga jual ternak berpengaruh nyata terhadap *profit margin* pedagang ternak kambing pada tingkat kepercayaan 95% ( $P < 0,05$ ). Besarnya koefisiensi regresi sebesar -0,000000028 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga jual awal ternak akan mengakibatkan penurunan pada *profit margin* yang didapat pedagang ternak kambing di Kabupaten Banyumas begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata harga jual awal ternak diperoleh sebesar Rp1.404.902,00/ekor. Menurut Rusdiana dan Hutasoit (2014), harga ternak kambing di pasar sebesar Rp.1-3,5juta/ekor tergantung bobot badan dan umur ternak kambing. Rusdiana dkk (2013) menyatakan bahwa penjualan ternak kambing di peternak selalu lebih murah dibandingkan dengan pedagang karena peternak tidak memperhitungkan upah tenaga kerja dan transportasi serta dianggap cukup dalam memenuhi kebutuhan pada saat mendesak.

#### **Jumlah Ternak yang Dikuasai**

Variabel jumlah ternak yang dikuasai tidak berpengaruh secara nyata ( $P > 0,10$ ) terhadap *profit margin* pedagang ternak kambing di Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti banyaknya ternak yang dikuasai tidak berpengaruh secara langsung terhadap pendapatan penjualan usaha ternak kambing. Hal tersebut dikarenakan mayoritas jumlah ternak yang dikuasai oleh pedagang masih relatif sedikit yaitu 1,55 ekor. Rusdiana dkk (2016) menyatakan bahwa semakin banyak ternak yang dikuasai maka keuntungan yang diperoleh pedagang akan semakin besar.

### **Lama Pemeliharaan**

Variabel lama pemeliharaan berpengaruh nyata terhadap profit margin pedagang ternak kambing pada tingkat kepercayaan 90% ( $P < 0,10$ ). Besarnya koefisiensi regresi sebesar 0,000515 yang berarti bahwa setiap penambahan satu satuan lama pemeliharaan akan meningkatkan profit margin sebesar 0,000515. Berdasarkan hasil penelitian, lama pemeliharaan ternak kambing di responden memiliki rata-rata selama 20,55 hari. Pemeliharaan yang lama akan meningkatkan bobot badan ternak kambing, sehingga harga jual ternak kambing pada momen Idul Adha akan semakin tinggi dan dapat meningkatkan profit margin. Budhisatria dkk (2019) menyatakan bahwa harga jual ternak relatif lebih mahal pada bobot yang hampir sama di hari raya Idul Adha.

### **Tingkat Pendidikan Responden**

Variabel tingkat pendidikan responden tidak berpengaruh secara nyata terhadap *profit margin* yang diperoleh pedagang ternak kambing di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat pendidikan responden mayoritas berada di tingkat SD. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara langsung terhadap pendapatan usaha penjualan ternak kambing yaitu pendapatan usaha ternak kambing tidak naik maupun tidak turun bila tingkat pendidikan tinggi maupun rendah karena lebih bergantung terhadap pengalaman yang dimiliki oleh pedagang. Dewi (2013) menyatakan bahwa semakin baik pendidikan maka semakin banyak pengalaman dalam menjalankan usaha yang akan berbanding lurus dengan keberhasilan usaha tersebut.

### **Tingkat Pedagang**

Variabel tingkat pedagang berpengaruh sangat nyata terhadap *profit margin* pedagang ternak kambing pada tingkat kepercayaan 99% ( $P < 0,01$ ). Besarnya koefisiensi regresi sebesar -0,075928 yang berarti bahwa pedagang I memperoleh *profit margin* yang lebih tinggi sebesar 0,075928 satuan dibanding dengan pedagang II. Berdasarkan hasil penelitian *profit margin* pedagang I yaitu sebesar 15% dan pedagang II yaitu 6,54%. Pedagang I mendapat *profit margin* lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang II dikarenakan saluran pemasaran yang masih pendek sehingga tidak mengeluarkan biaya yang lebih banyak. Menurut Alamsyah *et. al.* (2015), banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat maka rantai pasok akan semakin panjang dan akan mempengaruhi profit margin yang diperoleh. Kembli *et al* (2014) menyatakan bahwa salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu usaha yaitu perencanaan, karena perencanaan akan mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan untuk mencapai tujuan.

### **SIMPULAN**

Pola rantai pasok pada usaha ternak kambing di Kabupaten Banyumas terdapat 3 pola yaitu pola rantai pasok I (peternak, pedagang I, konsumen atau penjagal), pola rantai pasok II (peternak, pedagang I, pedagang II, konsumen atau penjagal) dan pola rantai pasok III (peternak, pedagang I, pedagang II, pedagang III, konsumen atau penjagal). Nilai *profit margin* untuk pedagang I adalah sebesar 15% sedangkan

pedagang II adalah sebesar 6,54%. *Profit margin* dipengaruhi oleh harga jual awal ternak, lama pemeliharaan ternak dan tingkat pedagang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alamsyah, A. F., Taslim Dan A. Fitriani. 2015. Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Sapi Potong Di Pasar Hewan Tanjungsari. Student E-Journal. 4 (2).
- Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan). Jurnal Administrasi Bisnis, 2(1) : 30-40.
- Gultom, D. K. 2015. Pengaruh Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Plastik Dan Kemasan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan. 14 (2) : 139 – 147.
- Rusdiana, S., U. Adiati Dan R. Hutasoit. 2016. Analisis Ekonomi Usaha Ternak Sapi Potong Berbasis Agroekosistem Di Indonesia. Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian. 6 (2) : 137 – 149.
- Setya, G. G., Hidayat, N. N., & Muatip, K. 2016. Analisis Saluran Pemasaran, Pendapatan dan Profit Margin Bisnis Hijauan Pakan Ternak di Kabupaten Kebumen. Jurnal Ilmiah Peternakan.
- Sudjana, N. 2002. Metode Statistika Edisi VI. CV Maulana. Bandung.