

Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk Kota Mataram
(Analysis of Beef Supply Chain at the Majeluk Ruminant Slaughterhouse, Mataram City)

Winmahendra Saputra^{1*}, Moh. Taqiuddin¹, Muh. Prasetyo Nugroho¹

¹) Program Studi S1 Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Mataram

*) Penulis Korespondensi: wimsaputra20@gmail.com

Diterima: 20/09/2025, Disetujui: 25/09/2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola rantai pasok, aliran produk, aliran keuangan, aliran informasi, dan efisiensi pemasaran daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk Kota Mataram. Penelitian dilaksanakan pada Oktober-November 2024 menggunakan metode deskriptif. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive, sedangkan responden ditentukan melalui teknik snowball sampling sebanyak 30 orang yang terdiri atas 2 petugas RPH, 4 pedagang besar, 4 pedagang pengecer, dan 20 konsumen. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan instansi terkait. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan pendekatan aliran rantai pasok dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran rantai pasok, yaitu pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen akhir, pedagang besar-pedagang pengecer II-konsumen akhir, dan jagal-konsumen akhir. Aliran produk bergerak dari hulu ke hilir, aliran keuangan bergerak dari konsumen ke pelaku hulu secara tunai, sedangkan aliran informasi berlangsung dua arah terkait pemasok, lokasi pembelian, kualitas daging, persediaan, dan harga pasar. Nilai efisiensi pemasaran pada rantai pasok I sebesar 0,016% pada pedagang besar dan 0,0159% pada pedagang pengecer, rantai pasok II sebesar 0,012%, dan rantai pasok III sebesar 1,68%. Semua saluran tergolong efisien karena berada di bawah kriteria 50%, namun rantai pasok II merupakan saluran paling efisien karena memiliki nilai efisiensi terendah dan alur distribusi yang relatif lebih pendek.

Kata kunci: daging sapi, efisiensi pemasaran, rantai pasok, rumah pemotongan hewan

ABSTRACT

This study aimed to analyze supply chain patterns, product flow, financial flow, information flow, and marketing efficiency of beef at the Majeluk Ruminant Slaughterhouse in Mataram City. The study was conducted from October to November 2024 using a descriptive method. The research location was selected purposively, while respondents were determined through snowball sampling involving 30 respondents consisting of 2 slaughterhouse officers, 4 wholesalers, 4 retailers, and 20 consumers. Primary data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation, whereas secondary data were obtained from relevant literature and institutions. Data were analyzed using quantitative descriptive analysis with a supply chain flow and marketing efficiency approach. The results showed three beef supply chain patterns, namely wholesalers-retailers-final consumers, wholesalers-second retailers-final consumers, and butchers-final consumers. Product flow moved from upstream to downstream, financial flow moved from consumers to upstream actors through cash transactions, and information flow occurred in two directions regarding suppliers, purchasing locations, meat quality, inventory, and market prices. Marketing efficiency values were 0.016% for wholesalers and 0.0159% for retailers in supply chain I, 0.012% in supply chain II, and 1.68% in supply chain III. All channels were categorized as efficient because their values were below the 50% criterion. However, supply chain II was the most efficient channel due to its lowest efficiency value and relatively shorter distribution flow.

Keywords: Beef, marketing efficiency, slaughterhouse, supply chain

PENDAHULUAN

Pemenuhan kebutuhan pangan hewani merupakan bagian penting dalam pembangunan sektor peternakan dan ketahanan pangan masyarakat. Daging sapi menjadi salah satu sumber protein hewani yang bernilai tinggi karena mengandung protein, lemak, mineral, dan asam amino esensial yang dibutuhkan untuk menunjang pertumbuhan serta kesehatan manusia (Chalidin et al., 2019; Adhianto et al., 2022; Lailaturrahmi, 2023). Akan tetapi, daging sapi juga termasuk komoditas yang mudah mengalami penurunan mutu dan memiliki harga relatif tinggi, sehingga proses distribusinya perlu dikelola dengan baik agar produk tetap aman, segar, dan terjangkau bagi konsumen (Cahyasari, 2022; Lunggi dan Ina, 2024).

Rantai pasok daging sapi menggambarkan proses penyampaian produk dari sapi hidup menjadi daging segar yang siap dikonsumsi. Dalam rantai pasok terdapat aliran produk dari hulu ke hilir, aliran keuangan dari hilir ke hulu, serta aliran informasi yang dapat bergerak dua arah (Pujawan dan Er, 2017; Wibawa et al., 2015). Ketiga aliran tersebut menentukan kelancaran pemasaran. Jika aliran produk tidak lancar, pasokan di pasar dapat terganggu; jika aliran keuangan tidak tertata, hubungan antar pelaku menjadi lemah; dan jika informasi tidak akurat, keputusan pembelian, penjualan, jumlah pemotongan, serta penetapan harga tidak responsif terhadap perubahan pasar.

Rumah Pemotongan Hewan (RPH) memiliki posisi strategis karena menjadi titik transformasi dari ternak hidup menjadi karkas atau daging. RPH tidak hanya berfungsi sebagai tempat pemotongan, tetapi juga sebagai simpul pengawasan mutu, pemeriksaan kesehatan, penjaminan aspek halal, dan pengendalian kebersihan produk. Dalam konteks pemasaran, RPH menjadi ruang pertemuan antara jagal, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen yang membutuhkan daging segar untuk konsumsi rumah tangga maupun usaha olahan makanan (Aulia, 2019; Haq et al., 2022).

Kota Mataram sebagai pusat aktivitas ekonomi di Nusa Tenggara Barat memiliki kebutuhan daging sapi yang cukup tinggi. Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk menjadi salah satu fasilitas penting dalam penyediaan daging sapi bagi masyarakat Kota Mataram. Pemasaran daging dari RPH ini melibatkan beberapa pelaku dengan peran dan biaya pemasaran yang berbeda. Pola seperti ini umum ditemukan dalam pemasaran ternak dan daging sapi karena komoditas harus melewati lembaga pemasaran tertentu sebelum sampai kepada konsumen akhir (Alatas et al., 2019; Lalus et al., 2019).

Kajian rantai pasok daging sapi di RPH Majeluk penting dilakukan untuk mengetahui pelaku yang terlibat, arah aliran produk, sistem pembayaran, pertukaran informasi, serta

saluran yang paling efisien. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis rantai pasok daging sapi perlu memperhatikan hubungan antara aliran produk, aliran keuangan, aliran informasi, biaya pemasaran, dan efisiensi saluran (Emhar et al., 2014; Syakur et al., 2017; Anggriani, 2021). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola rantai pasok dan efisiensi pemasaran daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk Kota Mataram.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober sampai November 2024 di Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa RPH Majeluk merupakan salah satu RPH yang memiliki peran penting dalam penyediaan daging sapi bagi masyarakat Kota Mataram. Penentuan lokasi secara *purposive* dilakukan karena peneliti memiliki pertimbangan tertentu terkait kesesuaian lokasi dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2011).

Materi dan Respondne Penelitian

Materi penelitian adalah aktivitas rantai pasok daging sapi yang berlangsung di RPH Majeluk dan saluran pemasaran yang berhubungan langsung dengan RPH tersebut. Responden penelitian terdiri atas pelaku yang terlibat dalam rantai pasok daging sapi, yaitu petugas RPH, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen. Penentuan responden dilakukan dengan teknik *snowball sampling*, yaitu penelusuran responden mengikuti aliran pemasaran mulai dari pelaku hulu sampai konsumen akhir. Total responden penelitian sebanyak 30 orang.

Tabel 1. Distribusi responden penelitian

Kategori responden	Jumlah (orang)	Peran utama dalam rantai pasok
Petugas RPH Majeluk	2	Pengawasan, pelayanan pemotongan, dan informasi operasional RPH
Pedagang besar	4	Penyedia daging dan penyalur kepada pengecer atau konsumen tertentu
Pedagang pengecer	4	Penjual langsung kepada konsumen di pasar tradisional
Konsumen	20	Pembeli akhir untuk konsumsi rumah tangga atau bahan usaha olahan
Total	30	Seluruh responden penelitian

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data

primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Informasi yang dikumpulkan meliputi asal sapi atau daging, jumlah daging yang dibeli atau dijual, harga, biaya pemasaran, sistem pembayaran, hubungan antar pelaku, dan aliran informasi. Data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah dan instansi terkait. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Efisiensi pemasaran dihitung dengan rumus: efisiensi pemasaran = (biaya pemasaran/nilai akhir produk) x 100%. Pemasaran dinyatakan efisien apabila nilai efisiensi lebih kecil dari 50% (Prastiwi, 2017; Syahril, 2018; Pakaya et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum RPH Ruminansia Majeluk

Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk terletak di Jalan Transmigrasi No. 17, Majeluk, Kota Mataram. RPH ini merupakan fasilitas milik Pemerintah Daerah Kota Mataram yang telah beroperasi sejak tahun 1967 dengan luas sekitar 40 are. Aktivitas pemotongan pada hari biasa berkisar 16 sampai 20 ekor ternak besar per hari, sedangkan pada hari tertentu seperti Idul Fitri atau Idul Adha dapat meningkat hingga sekitar 45 ekor per hari. RPH Majeluk berperan sebagai penyedia jasa pemotongan dan mendukung penyediaan daging sapi yang halal, sehat, serta bermutu.

Daging sapi yang dipasarkan dari RPH dibedakan menjadi kelas harga berdasarkan bagian daging. Daging kelas 1 dijual sekitar Rp. 120.000/kg, sedangkan daging kelas 2 dijual sekitar Rp. 100.000/kg. Perbedaan harga tersebut menunjukkan adanya segmentasi mutu dan fungsi pemasaran, karena pedagang serta konsumen dapat menyesuaikan pembelian dengan kebutuhan, daya beli, dan preferensi bagian daging (Sudaryono, 2016; Devi dan Triyuni, 2021).

Pelaku dan Pola Saluran Rantai Pasok

Pelaku utama dalam rantai pasok daging sapi di RPH Majeluk terdiri atas jagal, pedagang besar, pedagang pengecer, pedagang pengecer II, dan konsumen akhir. Jagal berperan dalam proses pemotongan dan pada salah satu saluran menjual daging langsung kepada konsumen. Pedagang besar menjadi penyedia daging dalam jumlah besar dan menyalurkannya kepada pedagang pengecer atau konsumen tertentu. Pedagang pengecer berhadapan langsung dengan konsumen di pasar tradisional. Kondisi ini menunjukkan bahwa lembaga pemasaran menjalankan fungsi penyaluran komoditas dari pelaku hulu kepada konsumen akhir (Abidin et al., 2018; Rumimpunu et al., 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok daging sapi di RPH Majeluk

membentuk tiga pola saluran. Saluran pertama adalah pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen akhir. Saluran kedua adalah pedagang besar-pedagang pengecer II-konsumen akhir. Saluran ketiga adalah jagal-konsumen akhir. Perbedaan panjang saluran mempengaruhi biaya pemasaran, harga yang diterima konsumen, dan koordinasi antar pelaku. Namun, saluran yang lebih pendek tidak selalu paling efisien karena efisiensi juga dipengaruhi oleh biaya yang ditanggung setiap pelaku.

Tabel 2. Pola saluran dan aliran rantai pasok daging sapi RPH Majeluk

Rantai pasok	Pola saluran	Aliran produk	Aliran keuangan
I	Pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen akhir	Daging dari pedagang besar ke pengecer dan konsumen	Konsumen - pengecer - pedagang besar - jagal
II	Pedagang besar - pedagang pengecer II - konsumen akhir	Daging dari pedagang besar ke pengecer II dan konsumen	Konsumen - pengecer II - pedagang besar - jagal
III	Jagal - konsumen akhir	Daging dari jagal langsung ke konsumen	Konsumen - jagal

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Aliran Produk, Keuangan, dan Informasi

Aliran produk pada rantai pasok daging sapi di RPH Majeluk bergerak dari hulu ke hilir. Pada saluran I, daging sapi berasal dari pedagang besar yang melakukan proses pemotongan melalui jagal di RPH, kemudian disalurkan kepada pedagang pengecer di pasar tradisional dan selanjutnya kepada konsumen akhir. Rata-rata daging yang diperoleh pedagang besar adalah 120 kg per hari, sedangkan pedagang pengecer membeli sekitar 50 kg per hari. Pada saluran II, produk tetap berawal dari pedagang besar tetapi disalurkan kepada pedagang pengecer II dengan rata-rata pembelian sekitar 5 kg. Pada saluran III, jagal menjual langsung kepada konsumen dengan rata-rata pembelian 1,8 kg. Arah ini sesuai dengan konsep bahwa aliran produk dalam rantai pasok bergerak dari pelaku hulu menuju konsumen akhir (Pujawan dan Er, 2017; Wibawa et al., 2015).

Aliran keuangan bergerak berlawanan arah dengan aliran produk. Pada saluran I, uang mengalir dari konsumen kepada pedagang pengecer, kemudian kepada pedagang besar dan jagal. Pada saluran II, uang mengalir dari konsumen kepada pedagang pengecer II, lalu kepada pedagang besar dan jagal. Pada saluran III, uang mengalir langsung dari konsumen kepada jagal. Sistem pembayaran yang berlaku umumnya dilakukan secara tunai. Pembayaran tunai membuat transaksi menjadi lebih sederhana dan mengurangi risiko piutang, tetapi menuntut ketersediaan modal harian bagi pedagang.

Aliran informasi berlangsung dua arah pada seluruh saluran. Informasi dari hulu ke hilir berkaitan dengan ketersediaan daging, kualitas daging, jumlah pemotongan, dan harga jual. Informasi dari hilir ke hulu berkaitan dengan permintaan konsumen, preferensi bagian daging, perubahan harga pasar, dan kebutuhan volume pembelian. Pertukaran informasi ini penting karena daging sapi merupakan produk segar yang harus segera didistribusikan setelah pemotongan. Dalam manajemen rantai pasok, informasi yang lancar diperlukan untuk menyelaraskan persediaan, transportasi, fasilitas, dan kebutuhan pasar (Heizer dan Render, 2015; Hadiguna, 2016; Sherlywati, 2018).

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dihitung berdasarkan perbandingan antara biaya pemasaran dan nilai akhir produk. Pada rantai pasok I, biaya pemasaran pedagang besar meliputi timbangan, kantong plastik HDPE, tenaga kerja, pengandangan, kesehatan, dan upah potong. Total biaya pemasaran empat responden pedagang besar sebesar Rp. 8.100/kg dengan rata-rata Rp. 2.025/kg. Nilai efisiensi pada tingkat pedagang besar sebesar 0,016%, sehingga tergolong efisien. Pada tingkat pedagang pengecer, biaya pemasaran meliputi timbangan, kantong plastik HDPE, dan transportasi. Total biaya pemasaran empat responden pedagang pengecer sebesar Rp. 8.600/kg dengan rata-rata Rp. 2.150/kg. Nilai efisiensi pengecer sebesar 0,0159%, sehingga juga termasuk efisien.

Pada rantai pasok II, biaya pemasaran pedagang besar terdiri atas timbangan, kantong plastik HDPE, pengandangan, kesehatan, dan upah potong. Rata-rata biaya pemasaran sebesar Rp. 1.525/kg dengan nilai efisiensi 0,012%. Nilai ini merupakan yang terendah di antara seluruh saluran, sehingga rantai pasok II menjadi saluran paling efisien. Pada rantai pasok III, jagal menjual daging langsung kepada konsumen dengan harga sekitar Rp. 120.000/kg. Meskipun saluran ini paling pendek, biaya pemasaran jagal relatif tinggi karena mencakup tenaga kerja dan transportasi. Nilai efisiensi pada saluran III sebesar 1,68%, masih efisien tetapi lebih tinggi dibandingkan saluran I dan II. Temuan ini menunjukkan bahwa panjang pendeknya saluran tidak selalu menentukan efisiensi; struktur biaya setiap pelaku juga sangat menentukan (Arifin et al., 2016; Prastiwi, 2017).

Tabel 3. Perbandingan biaya dan efisiensi pemasaran daging sapi

Rantai pasok	Pelaku yang dihitung	Biaya rata-rata	Nilai akhir produk	Efisiensi
I	Pedagang besar	Rp. 2.025/kg	Rp. 130.000/kg	0,016%
I	Pedagang pengecer	Rp. 2.150/kg	Rp. 135.000/kg	0,0159%
II	Pedagang besar	Rp. 1.525/kg	Rp. 130.000/kg	0,012%
III	Jagal/RPH	Rp. 201.275	Rp. 120.000/kg	1,68%

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Perbandingan antar saluran menunjukkan bahwa semua saluran efisien karena nilai efisiensinya berada di bawah 50%. Rantai pasok II menjadi saluran paling efisien karena biaya pemasaran relatif kecil terhadap nilai produk. Rantai pasok I tetap penting karena melayani konsumen pasar tradisional yang membeli dalam jumlah kecil dan membutuhkan akses yang mudah. Rantai pasok III juga memiliki peran karena menyediakan opsi pembelian langsung bagi konsumen yang menginginkan daging segar dari sumber pemotongan. Dengan demikian, perbaikan rantai pasok tidak harus menghilangkan salah satu saluran, tetapi perlu diarahkan pada pengendalian biaya, penguatan koordinasi, dan peningkatan aliran informasi antar pelaku.

Implikasi Pengelolaan Rantai Pasok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi tidak hanya ditentukan oleh pendek atau panjangnya saluran pemasaran, tetapi juga oleh struktur biaya yang melekat pada setiap pelaku. Rantai pasok II menjadi saluran paling efisien karena biaya pemasaran relatif rendah dibandingkan nilai akhir produk. Namun demikian, rantai pasok I tetap penting bagi konsumen pasar tradisional yang membeli daging dalam jumlah kecil, sedangkan rantai pasok III tetap dibutuhkan oleh konsumen yang menginginkan pembelian langsung dari sumber pemotongan.

Pengelola RPH perlu memperkuat pelayanan pemotongan, pemeriksaan kesehatan, kebersihan sarana, dan ketertiban distribusi daging. Upaya tersebut penting karena RPH merupakan simpul awal yang menentukan kualitas daging sebelum masuk ke pasar. Perbaikan fasilitas pemotongan, ruang penanganan karkas, sanitasi, serta pencatatan jumlah pemotongan harian akan membantu memperlancar aliran produk dan mengurangi risiko penurunan mutu daging selama proses distribusi.

Pedagang besar dan pedagang pengecer juga perlu meningkatkan koordinasi mengenai jumlah permintaan, perubahan harga, dan ketersediaan daging. Koordinasi yang baik dapat dilakukan melalui komunikasi rutin, pencatatan volume pembelian, dan kesepakatan pasokan harian. Pemerintah daerah dapat mendukung pengawasan mutu, pencatatan biaya, dan sistem informasi harga agar efisiensi pemasaran tetap terjaga serta pasokan daging sapi di Kota

Mataram menjadi lebih stabil.

KESIMPULAN

Rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan Ruminansia Majeluk Kota Mataram melibatkan jagal, pedagang besar, pedagang pengecer, pedagang pengecer II, dan konsumen akhir. Terdapat tiga pola saluran rantai pasok, yaitu pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen akhir, pedagang besar-pedagang pengecer II-konsumen akhir, dan jagal-konsumen akhir. Aliran produk bergerak dari hulu ke hilir, aliran keuangan bergerak dari hilir ke hulu melalui pembayaran tunai, sedangkan aliran informasi berlangsung dua arah mengenai pemasok, lokasi pembelian, kualitas daging, jumlah persediaan, dan harga pasar.

Seluruh saluran pemasaran tergolong efisien karena nilai efisiensi berada di bawah batas 50%. Nilai efisiensi rantai pasok I sebesar 0,016% pada pedagang besar dan 0,0159% pada pedagang pengecer. Nilai efisiensi rantai pasok II sebesar 0,012%, sedangkan rantai pasok III sebesar 1,68%. Rantai pasok II merupakan saluran paling efisien karena memiliki nilai efisiensi terendah. Perbaikan rantai pasok sebaiknya diarahkan pada peningkatan fasilitas RPH, pengendalian biaya operasional, penguatan koordinasi antar pelaku, dan perbaikan sistem informasi harga serta ketersediaan daging.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Nuddin, H., dan Lina, A. 2018. Pemasaran Hasil Perikanan. UB Press, Malang.
- Adhianto, K., Winanti, D. D. T., Husaini, M., dan Kurniawati, D. 2022. Pelatihan pembuatan abon dari daging sapi untuk menambah pendapatan ibu-ibu rumah tangga. *Jurnal Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Alatas, M., Sasmi, M., dan Roza, L. D. 2019. Analisis keuntungan pedagang sapi potong di pasar ternak Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi. *Green Swarnadwipa: Jurnal Pengembangan Ilmu Pertanian*, 1(1): 1-10.
- Amirah, Z. N., Paturochman, M., dan Masdar, A. S. 2015. Analisis rantai pasok daging sapi dari Rumah Pemotongan Hewan Ciawitali sampai konsumen akhir di Kota Garut. *Jurnal Universitas Padjadjaran*, 4(1).
- Anggriani, S. A. 2021. Analisis rantai pasok daging sapi di Rumah Pemotongan Hewan NP 96. Skripsi. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Arifin, R., Rianto, E., dan Susilowati, I. 2016. Analisis keuntungan jagal sapi di RPH Kota Semarang berdasarkan saluran pemasaran dan sistem penjualan. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 3(2).
- Aulia, J. 2019. Analisis rantai pasok daging sapi di Kota Medan. Disertasi. Universitas Medan Area, Medan.
- Cahyasari, D. 2022. Perbandingan kualitas kimia daging sapi Brahman Cross dari feedloter dan peternakan rakyat di wilayah Lampung. Bandar Lampung.
- Chalidin, M., Lubis, Z., dan Lubis, M. M. 2019. Analisis permintaan dan elastisitas daging sapi pada tingkat rumah tangga. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 1(1): 56-68.
- Devi, P. Z. C., dan Triyuni, N. N. 2021. Marketing mix strategies to increase revenue of Le Vista Restaurant, Chamonix, France. *International Journal of Glocal Tourism*, 2(4): 185-197.
- Emhar, A., Aji, J. M. M., dan Agustina, T. 2014. Analisis rantai pasokan (supply chain) daging sapi di Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah Pertanian*, 1(3): 55-62.
- Hadiguna, R. A. 2016. Manajemen Rantai Pasok Agroindustri: Pendekatan Berkelanjutan untuk Pengukuran Kinerja dan Analisis Risiko. Andalas University Press, Padang.
- Haq, M. H., Dinasari, I., dan Humaidah, N. 2022. Analisis rantai pasokan daging sapi dari RPH sampai di Pasar Srimangunan Kota Sampang. *Dinamika Rekasatwa: Jurnal Ilmiah*, 5(1).
- Heizer, J., dan Render, B. 2015. Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Edisi 11. Salemba Empat, Jakarta.
- Heldonny, A. 2022. Analisis rantai pasok daging sapi di Kecamatan Kerumutan Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Disertasi. Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., dan Sumarauw, J. S. 2018. Analisis saluran distribusi kayu: studi kasus di CV Karya Abadi, Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3).
- Kasmari, K., dan Indriyaningrum, K. 2020. Supply chain management: pengaruh supply chain

management dan prioritas bersaing terhadap kinerja produksi. Palembang.

- Lailaturrahmi, L. 2023. Peramalan jumlah produksi daging sapi di Kota Bukittinggi menggunakan metode pemulusan eksponensial tripel tipe Brown. Disertasi. Universitas Negeri Padang, Padang.
- Lalus, M. F., Krova, M., Ratu, M. R. D., dan Nono, O. H. 2019. Analisis distribusi margin di antara lembaga-lembaga pemasaran ternak sapi potong di Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Nukleus Peternakan*, 6(2): 63-70.
- Lunggi, E. F. U. D., dan Ina, Y. T. 2024. Pengolahan se'i sapi dengan memanfaatkan asap cair sekam padi dan pengaruhnya terhadap kadar air, pH dan organoleptik. *Jurnal Peternakan Sabana*, 3(1): 1-9.
- Nuhung, I. A. 2015. Kinerja, kendala, dan strategi pencapaian swasembada daging sapi. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 33(1): 63-80.
- Pakaya, M. R., Saleh, Y., dan Wibowo, L. S. 2024. Analisis pemasaran kopra di Kecamatan Bonepantai Kabupaten Bone Bolango. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 177-184.
- Prastiwi, R. E. 2017. Analisis efisiensi pemasaran ayam ras pedaging (broiler): studi kasus Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Pematang Siantar.
- Pujawan, I. N., dan Er, M. 2017. *Supply Chain Management*. Edisi 3. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Putri, F. P., Marimin, M., dan Yuliasih, I. 2020. Peningkatan efektivitas dan efisiensi manajemen rantai pasok agroindustri buah: tinjauan literatur dan riset selanjutnya. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3): 338-354.
- Rizka, M., Antara, M., dan Muis, A. 2016. Analisis pemasaran tomat di Desa Labuan Toposo Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. *Agrotekbis: Jurnal Ilmu Pertanian*, 4(5): 619-624.
- Rumimpunu, V. S., Palandeng, I. D., dan Pondaag, J. J. 2018. Analisis rantai pasok ayam pedaging pada Peternakan Waruga Desa Loloh Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 6(3).
- Sherlywati, S. 2018. Urgensi penelitian manajemen rantai pasok: pemetaan isu, objek, dan metodologi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2): 147-162.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Syakur, A. M., Purnomo, S. H., dan Hertanto, B. S. 2017. Analisis rantai pasokan (supply chain) daging sapi dari Rumah Pemotongan Hewan sampai konsumen di Kota Surakarta. *Jurnal Sains Peternakan*, 15(2): 52-58.
- Syahril, A. 2018. Efisiensi pemasaran nanas (*Ananas comosus* L. Merr). Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Wibawa, M. S., Ambarawati, I. G. A. A., dan Suamba, K. 2015. Manajemen rantai pasok jamur

tiram di Kota Denpasar. Jurnal Manajemen Agribisnis, 4(1).