



Celebrating Anniversary
Warmadewa University 32nd
SEMINAR NASIONAL

ISBN : 978-602-1672-69-3



Tata Kelola Lingkungan Kepariwisataan Menuju Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal



Penyunting :
Prof. Dr. I Made Suwitra, SH.,M.H.
Dr. Drs. I Wayan Wesna Astara, SH.,M.Hum.,M.H
Dr. Ir. I Ketut Irianto, M.Si.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Warmadewa

KATALOG DALAM TERBITAN

**TATA KELOLA LINGKUNGAN KEPARIWISATAAN MENUJU DESA WISATA BERBASIS
KEARIFAN LOKAL**

vi + 93 hlm; 20,5 cm x 29 cm

ISBN : 978-602-1672-69-3

Penyunting :

Prof. Dr. I Made Suwitra, SH.,M.H.
Dr. Drs. I Wayan Wesna Astara, SH.,M.Hum .,M.H
Dr. Ir. I Ketut Irianto, M.Si.

Penerbit :

PT. Percetakan Bali, Jl. Gajah Mada I/1 Denpasar 80112,
Telp. (0361) 234723, 235221
NPWP. 01.126.5-904.000, Tanggal pengukuhan DKP: 01 Juli 2006

Dicetak :

PT. Percetakan Bali, Jl. Gajah Mada I/1 Denpasar 80112,
Telp. (0361) 234723, 235221.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Ida Sang Hyang Widi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) kegiatan Seminar Nasional dengan Tema : “Tata Kelola Lingkungan Kepariwisata Terintegrasi Berbasis Budaya” dapat terlaksana sebagaimana harapan. Kegiatan Seminar Nasional ini dapat terlaksana karena adanya berbagai bantuan, yaitu dari para pemakalah utama baik dari akademisi (Universitas Diponegoro), Pemerintah Kabupaten (Badung), pengamat dan peneliti bidang sosial dan adat, praktisi kepariwisataan (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) Provinsi Bali, pengamat, peneliti dan akademisi bidang kepariwisataan dan lingkungan (Universitas Warmadewa). Selain itu juga disertakan para pemakalah partisipan dari hasil penelitian dan pengabdian masyarakat, dan dari hasil pemikiran. Oleh karena itu melalui kesempatan ini disampaikan terimakasih kepada:

1. Ketua Yayasan Kesejahteraan Korpri Provinsi Bali;
2. Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Warmadewa;
3. Prof. Dr. rer.nat.Ir. Athanasius Priharyoto Bayuseno, Msc., Akademisi Universitas Diponegoro Semarang;
4. Prof. Dr. I Ketut Suda, M.Si., pengamat, peneliti masalah sosial dan adat, sekaligus akademisi Universitas Hindu Indonesia Denpasar;
5. Dr. Ir. Tjokorde Oka Artha Ardana Sukawati, M.Si., praktisi kepariwisataan Bali;
6. Ir. I Ketut Sudiarta, M.Si., peneliti dan akademisi lingkungan dan kepariwisataan;
7. Christimulia Purnama Trimurti, Ni Nyoman Aryaningsih Politeknik Negeri Bali;
9. Maklon Felipus Killa, Norlina RJ Kalunga, Umbo Ho Aradosen, peneliti Universitas Wira Wacana Sumba;
10. Dr. Drs. IWayan Wesna Astara, SH.,M.Hum.,MH dosen, penelitian Fakultas Sastra Universitas Warmadewa;
10. Dr. I Made Arjaya, SH.,MH., dosen peneliti Fakultas ;
11. Prof. Dr. I Made Suwitra, SH.,MH., I Made Minggu Widyantara, SH.,MH., I Nyoman Sujana, SH.,MH., dosen, peneliti Fakultas Hukum Universitas Warmadewa;
12. Dr. Ir. Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti, MP., Ir. Ni Ketut Mardewi, MP.,dosen, peneliti Fakultas Pertanian Universitas Warmadewa;
12. Kepala Lembaga, Biro, dan seluruh dosen di lingkungan Universitas Warmadewa yang turut berperan serta aktif;
13. Panitia dan semua pihak yang ikut berpartisipasi sejak persiapan dan pelaksanaan Seminar Nasional ini.

Semoga amal baiknya mendapat balasan dari Tuhan demi kemajuan Universitas Warmadewa. Akhirnya diucapkan terima kasih dan jika ada perilaku yang kurang berkenan mohon dimaafkan.

Penyunting.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
ENTREPRENEURIAL SPIRIT PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTAMADYA DENPASAR	
Oleh: Christimulia Purnama Trimurti ¹⁾ , Ni Nyoman Aryaningsih ²⁾	1
TRI MANDALA: SEBUAH MODEL PENGEMBANGAN PARIWISATA BUDAYA BALI¹	
Oleh: Dr. Ir. Tjokorda Oka Artha Ardhana Sukawati, M.Si	7
MOTIVASI PETERNAK DALAM MENGHASILKAN DAN MEMASARKAN PEDET SAPI BALI DI BALI	
Oleh: Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti ¹ dan Ni Ketut Mardewi ²	13
KONSEP "RUMAH DESA" DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA YANG AUTENTIK	
Oleh: I Ketut Sudiarta	20
PERANAN LEMBAGA ADAT DALAM MENJAGA KELESTARIAN LINGKUNGAN PARIWISATA*)	
Oleh: I Ketut Suda**)	35
PERAN SERTA SEKTOR SWASTA DALAM PEMBERDAYAAN DAN PENGUATAN MASYARAKAT ADAT SEBAGAI PENDUKUNG KEBUDAYAAN YANG MERUPAKAN SUMBER DAYA EKONOMI PARIWISATA DI BALI (CSR SEBAGAI MODEL)¹	
Oleh: Dr. I Made Arjaya, SH., MH. ²	44
MODEL PENDAFTARAN HAK ATAS TANAH PAUMAN SEBAGAI PEMBERIAN RAJA UNTUK PELESTARIAN WARISAN NILAI BUDAYA DI KABUPATEN KARANGASEM	
Oleh: I Made Suwitra, I Made Minggu Widyantara, I Nyoman Sujana	57

MOTIVASI PETERNAK DALAM MENGHASILKAN DAN MEMASARKAN PEDET SAPI BALI DI BALI

Oleh

Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti dan Ni Ketut Mardewi

Faculty of Agriculture, Warmadewa University;

Faculty of Agriculture, Warmadewa University

E-mail: ayugemuh@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran pedet sapi bali bagi petani peternak kurang menguntungkan, sehingga kebiasaan petani peternak menjual pedet yang dimiliki setelah berumur 6 – 8 bulan dengan harga yang relatif murah, karena penentu harga ada pada pedagang perantara (blantik). Hal ini dapat terjadi karena pengetahuan tentang pemasaran produk peternakan terutama tentang harga pedet sapi bali tidak diketahui secara pasti dan mudah oleh petani peternak. Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui motivasi peternak dalam menghasilkan dan memasarkan pedet sapi bali di Bali. Penelitian ini merupakan penelitian *exploratife melalui* survei yang dirancang sebagai penelitian penjelasan (*explanatory research design*) Serta penelitian ini merupakan gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada peternak sapi bali induk yang pernah menjual dan menghasilkan pedet yang berada di dua kabupaten di pulau Bali yaitu : kabupaten Badung dan buleleng. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Responden sebanyak 100 orang diambil berdasarkan peternak yang memelihara induk sapi dan sudah pernah menghasilkan dan memasarkan pedet. Instrumen yang dipergunakan sebagai pedoman wawancara untuk membantu memperoleh jawaban dari responden adalah kuisioner terstruktur dan tertutup dilengkapi pertanyaan terbuka. Data yang digunakan berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif meliputi karakteristik responden, motivasi peternak dalam menghasilkan dan memasarkan pedet.

Alasan utama peternak memelihara sapi karena pemanfaatan ternak sebagai tabungan yang bisa dijual saat membutuhkan dana sebanyak 48%, memanfaatkan limbah pertanian yang ada sebanyak 25% untuk mengisi waktu luang sebanyak 17% dan meningkatkan pendapatan peternak hanya 7%. Hal ini terjadi karena usaha peternakan sapi di Bali umumnya dilakukan sebagai usaha sambilan dan memanfaatkan ternaknya sebagai tabungan yang bisa dijual sewaktu-waktu ketika peternak membutuhkan dana dalam jumlah besar. Motivasi responden menjual pedet karena kebutuhan biaya sekolah anak-anak 54%, kebutuhan akan biaya upacara adat sebanyak 18% kebutuhan biaya perbaikan rumah 14% karena kurangnya ketersediaan pakan 10% dan karena tidak tersedianya kandang 4%. Walaupun biaya sekolah wajib 9 tahun sudah di bebaskan oleh pemerintah tetapi masih juga alasan utama responden menjual pedet tertinggi didominasi oleh biaya sekolah hal ini disebabkan karena kesadaran dari responden untuk menyekolahkan anak-anaknya kejenjang pendidikan yang lebih tinggi sangat tinggi.

Kata kunci : Motivasi, Pemasaran dan Pedet Sapi Bali.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi sosiokultural masyarakat Bali yang memiliki kedekatan dengan ternak sapi dimana mayoritas masyarakat Bali terutama yang berada dipedesaan memiliki ternak sapi. Kondisi ini terlihat nyata dimasyarakat dengan banyaknya usaha perbibitan sapi di Bali dilakukan oleh peternakan rakyat yang sebagian besar berskala kecil dengan jumlah kepemilikan 1-3 ekor. Usaha ini biasanya terintegrasi dengan usahatani lainnya, dimanfaatkan sebagai tabungan ataupun sekedar hobi dan penentu status sosial masyarakat.

Peningkatan pendapatan akan mendorong peternak untuk memelihara sapi dalam jumlah yang lebih banyak. Di samping itu akan mendorong peternak untuk melakukan pemeliharaan dengan cara yang lebih baik. Hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan populasi sapi di Bali seperti yang diinginkan oleh pemerintah. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh peternak saat ini masih jauh dari harapan. Harga yang diterima oleh peternak masih relatif sangat rendah, sehingga *farmer's share* juga rendah. Menurut hasil penelitian Sukanata, *et. al.* (2010), peternak hanya menerima bagian sekitar 63-69% dari harga di konsumen akhir. Jika ditinjau dari keuntungannya, peternakan sapi tidak memberikan keuntungan yang layak jika kita memperhitungkan semua pengorbanan yang dikeluarkan. Kondisi usaha yang demikian menyebabkan lemahnya posisi tawar petani dalam sistem pemasaran pedet sapi bali dan sering dimanfaatkan oleh pedagang sapi/ bandar/tengkulak. Dalam upaya meningkatkan pendapatan petani-ternak, diperlukan cara yang efektif untuk memperbaiki sistem pemasarannya. Salah satu upaya perbaikan sistem pemasaran pedet sapi bali adalah

merubah pola pikir petani-ternak. Memelihara sapi bali tidak hanya sebagai tabungan, tetapi lebih sebagai usaha dengan pendapatan tetap setiap bulan. Harga jual sapi bali, oleh petani-ternak perlu ditingkatkan dengan memotong jalur tataniaga sapi bali agar efisiensi biaya pemasaran dapat tercapai.

Keberhasilan suatu usaha peternakan sapi tidak lepas dari sistem pemasaran, oleh karena itu langkah awal dari suatu berbagai permasalahan yang dihadapi di dalam pemasaran sapi di Bali antara lain: kebijakan pemasaran yang kurang tepat, struktur pasar yang cenderung mengarah ke pasar monopsoni, rantai pasar yang panjang, permainan timbangan, penyelundupan, jual-beli kuota pengeluaran sapi, pengawasan yang kurang, di samping juga rendahnya jiwa *entrepreneurship* para peternak, Oleh karena itu maka kondisi ini harus diperbaiki, sehingga mampu untuk meningkatkan kesejahteraan peternak.

1.2 Luaran yang Ditargetkan serta Kontribusinya Terhadap Ilmu Pengetahuan.

Penelitian ini dilakukan observasi serta survey mengenai motivasi peternak menghasilkan dan memasarkan pedet sapi bali pada peternak sapi bali bibit yang berada di dua kabupaten di Bali yaitu kabupaten Buleleng dan kabupaten Badung maka luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui sebab-sebab peternak menghasilkan pedet.
2. mengetahui motivasi peternak memasarkan pedet.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *exploratif* melalui survai yang dirancang sebagai penelitian penjelasan (*explanatory*

research design) Serta penelitian ini merupakan gabungan antara kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan utama yang digunakan dalam pemecahan masalah pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan system (*system approach*), dimana dalam pendekatan ini sesuai dengan kenyataan (*real system*).

Sistem pemasaran pedet sapi bali dilakukan dengan menganalisis fungsi-fungsi pemasaran, saluran pemasaran, struktur biaya, besar biaya dan margin pemasaran, *farmer's share* serta analisis struktur, perilaku dan pelaksanaan pasar.

Dalam prakteknya, usaha peternakan sapi bali dan pemasaran pedet sapi bali melibatkan aspek-aspek perilaku dan kelembagaan yang kadang-kadang sulit untuk dikuantifikasikan, namun aspek-aspek tersebut tetap harus diperhatikan, oleh karena itu, selain menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini juga dilengkapi dengan pendekatan kualitatif untuk memperkaya pembahasan sehingga penelitian ini akan menjadi lebih tajam dan relevan dengan permasalahan dilapangan.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada sistem pemasaran pedet sapi bali serta pasar dan belantik yang tersebar di dua (2) kabupaten di pulau Bali yaitu : kabupaten Badung, dan Buleleng. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan atas populasi induk sapi bali yang terbanyak diantara delapan kabupaten dan satu kota yang tersebar di Pulau Bali, serta yang mempunyai potensi pasar hewan dan pengembangan usaha peternakan sapi induk di Bali. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juni 2015.

2.3 Data dan Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua :

Data Kualitatif :

Data ini meliputi ide, pandangan, dan permasalahan yang dihadapi oleh peternak sapi bali di Bali baik dalam hal produksi maupun pemasarannya, serta pandangan dan ide dari pedagang sapi, belantik dan pemerintah (Disnak Provinsi Bali)

Data Kuantitatif :

Data ini berupa jumlah peternak sapi bali di Bali, data produksi dan reproduksi sapi bali serta data biaya dan investasi usaha peternakan sapi bali induk serta jumlah ternak pedet sapi bali yang dipasarkan melalui lembaga pemasaran.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi tiga (3) yaitu : **data primer** digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung di lokasi penelitian dengan metode wawancara menggunakan instrumen berupa kuesioner atau daftar pertanyaan yang disusun sebelumnya sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian ini pada pelaku usaha peternakan sapi bali, pakar, dan pemerintah. **Data sekunder** yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari *recording* data, biaya dan produksi ternak sapi bali yang ada di Bali. **Dokumen** yang bersumber dari BPS (Badan Pusat Statistik) dan instansi yang relevan dengan penelitian ini.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi peternak sapi bali induk yang sudah pernah menghasilkan dan memasarkan pedet, yang berada di dua kabupaten yang berada di pulau Bali yaitu : kabupaten Badung dan Buleleng yang dapat memberikan data dan informasi mengenai motivasi peternak menghasilkan dan memasarkan pedet sapi bali.

Sampel peternak diambil secara *purposive sampling* (secara sengaja) sebanyak 100 responden dan sampel belantik sebanyak 10 orang yang diambil secara *snowball sampling*.

2.5 Data dan Instrumental Penelitian.

Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan kegiatan secara langsung dan melakukan wawancara dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner atau daftar pertanyaan yang disusun sebelumnya sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian ini. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumen atau data yang meliputi motivasi peternak dalam menghasilkan dan memasarkan pedet sapi bali di Bali.

Instrument atau alat ukur merupakan hal yang sangat penting di dalam kegiatan penelitian sebab hanya dengan instrument atau alat ukur yang baik akan diperoleh data atau informasi yang relevan dengan tujuan penelitian oleh karena itu alat ukur penelitian harus memiliki *validitas* dan *reallibilitas* yang tinggi. Responden memberikan jawaban berdasarkan atas pertanyaan yang diajukan atau memilih alternative jawaban yang telah tersedia pada

kuesioner. Penjelasan– penjelasan kualitatif dan mendalam yang belum tercakup dalam kuesioner tetapi berkaitan erat dengan masalah penelitian ditanyakan dengan menggunakan pertanyaan terbuka sebagai pedoman wawancara, dan hasilnya dicatat dalam lampiran tersendiri. Kuesioner untuk pakar dan pelaku pasar pedet sapi bali serta lembaga lain yang terkait dilakukan wawancara yang mendalam (*Indepth Interview*) dan hasilnya dicatat dalam lampiran tersendiri.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN.

3.1 Motif Beternak Sapi

Alasan utama peternak memelihara sapi bali adalah pemanfaatan ternak sebagai tabungan keluarga yang bisa dijual saat keluarga membutuhkan dana dalam jumlah besar sebanyak 48% peternak responden. Alasan lainnya adalah untuk memanfaatkan limbah pertanian yang ada sebanyak 25%, untuk mengisi waktu luang sebanyak 17% dan meningkatkan pendapatan peternak hanya 10%. Informasi data mengenai motif peternak dalam memelihara sapi selengkapny dapat dilihat pada (Tabel 1)

Tabel 1 Motif Beternak Sapi

Motif Beternak	Kab. Buleleng		Kab. Badung		Total	
	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)
Sebagai Tabungan	27	54	21	42	48	48
Pemanfaatan Limbah Pertanian	11	22	14	28	25	25
Memanfaatkan Waktu Luang	9	18	8	16	17	17
Meningkatkan Pendapatan	3	6	7	14	10	10
TOTAL	50	100	50	100	100	100

Hal yang sama disampaikan oleh Hasnudi, dkk. (2004) yang menyatakan bahwa alasan utama peternak memelihara ternak sapi adalah selain sebagai tabungan, juga digunakan untuk memanfaatkan limbah pertanian/perkebunan lain sebagai pengisi waktu luang. Murtidjo (1990) menyatakan bahwa usaha peternakan sapi di Indonesia umumnya dilakukan sebagai usaha sampingan dan memanfaatkan ternaknya sebagai tabungan yang bisa dijual sewaktu-waktu ketika peternak membutuhkan dana dalam jumlah besar.

Mayoritas peternak yang memanfaatkan usaha ternak sebagai tabungan ini

mengakibatkan peternak menjalankan usahanya dengan seadanya dan semampunya, tanpa memiliki orientasi untuk meningkatkan keuntungan ataupun jumlah pemeliharaannya. Peternak selalu merasa bahwa usaha peternakan yang dilakukan tersebut memberikan manfaat ekonomi yang cukup bagi keluarga, tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dalam pemeliharaannya. Motif beternak seperti ini mengakibatkan pertumbuhan usaha peternakan sapi bali cenderung tetap yaitu diusahakan oleh peternak rakyat dengan rata-rata jumlah pemeliharaan 2-3 ekor.

3.2 Motif Memasarkan Pedet

Tabel. 2 Motif Memasarkan pedet

Motif	Kab.Buleleng		Kab.Badung		Total	
	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)
Memasarkan Pedet						
Biaya Sekolah	26	52	28	56	54	54
Biaya Upacara	10	20	8	16	18	18
Biaya Perbaikan Rumah	9	18	5	10	14	14
Tidak ada pakan	3	6	7	14	10	10
Tidak ada kandang	2	4	2	4	4	4
TOTAL	50	100	50	100	100	100

Kebutuhan biaya hidup semakin hari semakin meningkat diantaranya : biaya sekolah anak-anak, biaya upacara, biaya perbaikan rumah serta biaya konsumsi sehari-hari yang mengakibatkan responden menjual pedetnya. Dari 100 orang responden yang diwawancarai 54 % menyatakan bahwa motifasi responden menjual pedet karena kebutuhan biaya sekolah anak-anak walaupun biaya sekolah wajib 9 tahun sudah di bebaskan oleh pemerintah tetapi masih juga alasan utama responden menjual pedet tertinggi didominasi oleh biaya sekolah hal ini disebabkan karena kesadaran dari responden untuk menyekolahkan anak-

anaknya kejenjang pendidikan yang lebih tinggi sangat tinggi dengan harapan agar anak-anak responden kelak bisa hidup lebih layak dan bisa bersaing di dunia kerja yang lebih relevan tidak seperti orang tuanya. Serta mampu mengangkat martabat keluarganya. Dominasi kedua adalah untuk kebutuhan biaya upacara sebanyak 18%. Upacara adat di Bali sangat sering dilakukan diantaranya perayaan hari raya Galungan, Kuningan, Piodalan di pura lingkungan seperti pura puseh, pura desa dan pura dalam, perayaan tahun baru saka (nyepi), pernikahan dan lain-lain. Semua upacara agama dan adat ini membutuhkan

biaya besar sehingga pedet yang semestinya masih bisa dipelihara agar lebih dewasa dan harganya lebih mahal terpaksa di jual untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan. Motifasi memasarkan pedet yang lain adalah karena kebutuhan biaya perbaikan rumah 14% karena kurangnya ketersediaan pakan 10% dan karena tidak tersedianya kandang 4%. Ketersediaan kandang bagi responden sangat penting untuk melindungi pedet dari ancaman iklim, hilang atau lari ke tegalan tetangga serta di gong gong anjing sehingga akan terganggu pertumbuhan pedet sehingga peternak akan mengambil keputusan lebih baik memasarkan pedetnya.

IV. Simpulan Dan Saran

4.1 Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah :

Motif peternak memelihara sapi bali induk adalah untuk menghasilkan pedet yang sewaktu-waktu bisa dijual saat membutuhkan dana disamping untuk tabungan keluarga, pemanfaatan limbah pertanian, memanfaatkan waktu luang dan meningkatkan pendapatan keluarga.

4.2 Saran

Dalam memasarkan pedet sapi bali, disarankan kepada peternak untuk menjual pedetnya langsung ke peternak lain, namun jika harus menjual melalui lembaga pemasaran lain maka sebaiknya menjual melalui kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

Abbot, J. C. 1987. *Agricultural Marketing Enterprises For The Developing Word*. Cambride University Press, Cambride.

Dinas Peternakan Provinsi Bali.. 2001. 'Potensi Ternak Potong dan Kebijakan Pemda Propinsi Bali Tentang Tataniaga Ternak Potong dan Daging Antar Daerah di Tingkat Propinsi Bali'. Dinas Peternakan Propinsi Bali, Denpasar.

Ayu Gemuh Rasa Astiti, Ni Made. 2000. *Evaluasi Gaduhan Sapi Bakalan Dari Dinas Peternakan Sapi Bali*. Thesis Ilmu Peternakan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Dinas Peternakan Provinsi Bali. 2009. *Informasi Data Peternakan Provinsi Bali*.

Dinas Peternakan Provinsi Bali, Denpasar.

Dinas Peternakan Provinsi Bali. 2013. *Cacah Jiwa Populasi Sapi Bali di Bali*. Dinas Peternakan Provinsi Bali, Denpasar.

Ditjen Peternakan. 1993. *Kebijaksanaan dan Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Pelita VI*. Laporan Diskusi Nasional I Agribisnis Peternakan. Kerjasama Fakultas Peternakan UGM degan Direktorat Jendral Peternakan.

Downey, W.D. dan S.P. Erickson. 1989. *Manajemen Agribisnis*. Edisi Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1983. *Tataniaga Perikanan*. Universitas Indonesia. (UI-Press), Jakarta.

Hasanah, M. 2000. *Analisis Sistem Tataniaga Sapi Potong di Kecamatan Jrengik Kabupaten Sampang Madura*. Skripsi Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo, Jakarta.

Kohl, R. L. and W. D. Downey. 1972. *Marketing of Agricultural Product*. 4th Ed. Macmillan Publisng Co, Inc. New York.

- ... 2001. Kebijakan ...
Tataniaga ...
Antar ...
... Dinas ...
... Denpasar ...
... 2000. ...
... Dari ...
... Thesis Ilmu ...
... Mada, ...
- ... 2009. ...
Provinsi ...
- ... pasar. ...
3. Cacah ...
... Dinas ...
- ... dan ...
... gribisnis ...
Diskusi ...
...ernakan. ...
... UGM ...
...akan. ...
... 1989. ...
... Pertama. ...
- ... 1983. ...
... universitas ...
- ...ataniaga ...
...Jrengik ...
...Skripsi ...
...pertanian ...
- ...asaran. ...
- ... 1972. ...
...uct. 4th ...
...c. New ...
- Kotlis, R.L.** dan J.N. Uhl. *Marketing of Agricultural Products*. 1990. 7th Riseved Edition. Macmillan Publishing Company, New York.
- Limbong, W.H.** dan P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Nugimipulu, A.H.** 1988. *Pengantar Agribisnis : Suatu Telaah Awal*. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rasyaf, M.** 1996. *Memasarkan Hasil Peternakan*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sail, G.** dan H. Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sakartawi.** 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi)*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sambudi, S.** 2003. *System Pemasaran Sapi Potong di Kabupaten Gemawang Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah*. Skripsi Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Patrick, I. W., G. R. Marshall., I G.A.A. Ambarawati., M. Aburahman.** 2010 *Social Capital and Cattle Marketing Chains in Bali and Lombok, Indonesia*. ACIAR Technical Report No 74. Australian Centre for International Agriculture Research (ACIAR). Canberra, Australia.
- Putra, I.B.** 1993. 'Pemasaran Sapi Bali, terutama dari Segi Harga pada Tingkat petani di Bali'. Universitas Padjadjaran Bandung.
- Sukanata I W., I G.N. Kayana., B.R.T. Putri., W. Parimarta.** 2009. *Analisis Efisiensi Ekonomis Usahatani Penggemukan Sapi Potong (Studi Kasus di Desa Lebih, Kabupaten Gianyar)*. Laporan Akhir Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. Denpasar.
- Sukanata I W., Suciiani, I G.N. Kayana., I W. Budiarta.** 2009. *Strategi Peningkatan Produksi Sapi Potong di Provinsi Bali dalam Menunjang Swasembada Daging Nasional*. Laporan Akhir Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. Denpasar.
- Sukanata, I W., Suciiani, I G.N. Kayana., I W. Budiarta.** 2010. *Kajian Kritis terhadap Penerapan Kebijakan Kuota Perdagangan dan Efisiensi Pemasaran Sapi Potong Antar Pulau*. Laporan Akhir Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. Denpasar.
- Suparta, I N.** 2009 *Tata Niaga Sapi Potong dan Distribusi Bisnis Peternakan Sapi Potong Lokal dan Import*. Makalah disampaikan pada acara public training "Magemen Pembiayaan Bisnis Ternak Sapi Potong" yang diselenggarakan oleh PT. FABA Indonesia Konsultan, Tgl 18 - 20 Maret 2009