

ANALISA KEPUASAN PETERNAK SAPI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI PASAR BERINGKIT

SUKANATA, I W., I K. W. PARIMARTHA, DAN B. R. T. PUTRI

Fakultas Peternakan Universitas Udayana
e-mail: wayansukanata@unud.ac.id

ABSTRAK

Pasar Beringkit adalah pasar sapi terbesar di Bali yang diharapkan dapat memperpendek rantai pasar sehingga peternak mendapatkan harga yang lebih tinggi. Namun demikian, hanya sebagian kecil dari mereka (6,45%) yang menjual ternak mereka langsung ke pasar hewan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan peternak dalam memasarkan ternak sapi di Pasar Beringkit berdasarkan lima dimensi kualitas layanan termasuk dimensi fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan pada bulan Juli-Agustus 2019 melalui wawancara terhadap 100 peternak yang menjual sapi mereka langsung di pasar sapi Beringkit yang ditentukan secara acak. Data dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memasarkan sapi di Pasar Beringkit peternak sudah tergolong dalam kategori puas dengan nilai CSI sebesar 76,19%. Berdasarkan analisa IPA dapat diketahui bahwa sebagian besar atribut layanan di Pasar Beringkit sudah memiliki performa yang tinggi. Namun demikian ada juga beberapa atribut layanan yang sangat penting bagi peternak namun performa layanannya masih tergolong rendah. Atribut tersebut antara lain; tempat menaruh ternak, kenyamanan tempat parkir, daya tanggap terhadap keluhan peternak, rasa aman dari bahaya ternak, dan biaya layanan. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di Pasar Beringkit sudah bagus namun kualitas layanannya masih sangat penting ditingkatkan.

Kata kunci: kepuasan peternak, kualitas layanan, pasar beringkit

ANALYSIS OF FARMER'S SATISFACTION TO THE SERVICE QUALITY IN BERINGKIT CATTLE MARKET

ABSTRACT

Beringkit cattle market is the largest cattle market in Bali which is expected to shorten the market chain so that farmers get higher prices. However, only a small proportion of them (6.45%) sell their cattle directly to this market. This study aims to determine the level of farmers satisfaction in marketing of their cattle in the *Beringkit* cattle market based on five dimensions of service quality include tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The data used are primary data collected through interviews with 100 farmers who sell their cows directly in Beringkit cattle market. The data were analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The results of this study indicate that the farmers are in the satisfied category in marketing of cattle in the Beringkit Market with a CSI of 76.52%. Based on the IPA analysis, it can be seen that most of the service attributes in the Beringkit Market already have high performance. However, there are also some service attributes that are very important for farmers, but their service performance is still low. These attributes include; place to put livestock, convenience of parking space, responsiveness to farmer complaints, a sense of security from the dangers of livestock, and service costs. Thus, it can be concluded that the quality of service in the Beringkit Market is already good, but the quality of service is still very important to improve.

Keywords: farmer's satisfaction, service quality, cattle market

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, ketersediaan daging sapi di Indonesia masih mengalami defisit sekitar 294,62 ribu ton

yang selama ini dipenuhi dari impor. Defisit ini disebabkan oleh lebih rendahnya produksi yakni sebesar 422,53 ribu ton dibandingkan dengan kebutuhan sebesar 717,15 ribu ton (BPS, 2020). Oleh karena itu peluang

pengembangan sapi masih sangat terbuka lebar termasuk sapi bali.

Sapi bali merupakan salah satu sumber plasma nutrisi kekayaan nasional yang mempunyai peranan yang sangat penting bagi masyarakat Bali, baik dari sisi ekonomi maupun sosial budaya. Namun demikian, perkembangan populasi sapi di Bali masih cenderung stagnan, oleh karena itu kedepan sangat penting dipikirkan bagaimana agar populasi tersebut dapat terus berkembang. Salah satu syarat yang mutlak yang harus dipenuhi agar sapi bali di Bali dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan adalah harus memberikan keuntungan yang menarik bagi peternak. Jika tidak, maka bukan tidak mungkin suatu saat sapi bali di Bali akan ditinggalkan oleh peternak sehingga akan punah. Oleh karena ini, disamping faktor produksi, faktor pemasaran sangat penting diperhatikan agar mampu meningkatkan keuntungan peternak. Menurut Inggriati *et al.* (2019), peternak sapi di Bali pada umumnya belum mendapat keuntungan yang maksimal sehingga hal ini dikhawatirkan akan dapat mengancam pelestarian ternak sapi bali di Bali.

Pasar hewan diharapkan dapat menjadi media yang dapat membantu peternak memperpendek rantai pasar sehingga akan lebih menguntungkan bagi peternak. Namun demikian, fakta di lapangan menunjukkan bahwa peternak kurang bergairah untuk menjual sapi ke pasar hewan. Menurut Sukanata *et al.* (2010), hanya 6,45% dari peternak sapi melakukan penjualan dengan membawa sapi langsung ke pasar hewan. Sisanya lebih memilih menjual sapi di lokasi peternak/kan-dang.

Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan rendahnya minat peternak memasarkan sapi langsung ke pasar hewan adalah kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana kepuasan peternak dalam memasarkan sapi di Pasar Beringkit yang merupakan pasar sapi terbesar yang ada di Bali, serta atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang hendaknya menjadi prioritas utama untuk meningkatkan kepuasan peternak di masa yang akan datang. Hasilnya diharapkan akan sangat bermanfaat, disamping bagi peternak juga bagi pengelola pasar atau pemerintah untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Hewan Beringkit, yang berlokasi di Desa Beringkit, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja dengan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan pasar sapi terbesar yang ada di Bali.

Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli dan Agustus 2019.

Data Penelitian

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang bersifat kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung terhadap 100 orang peternak sapi bali yang menjual sapi di Pasar Hewan Beringkit yang ditentukan secara acak. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan bantuan kuisioner.

Analisa Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Aritonang, 2005, Nurmalina dan Astuti, 2012) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Nurfariada, 2015, dan Rahmasari *et al.*, 2017).

Tingkat kepuasan peternak responden dinilai berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut kualitas pelayanan yang ditentukan oleh peternak itu sendiri. Penilaian tingkat kepentingan dilakukan untuk mengetahui seberapa penting atribut tersebut diperhatikan oleh peternak ketika memasarkan sapi di Pasar Beringkit. Sedangkan, penilaian tingkat kinerja merupakan penilaian peternak terhadap kinerja atribut kualitas pelayanan. Pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari suatu atribut kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Sangat penting/sangat baik diberi skor 5 dan kalau sangat tidak penting/sangat tidak baik diberi skor 1. Selanjutnya CSI di hitung dengan rumus 1:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^k WS_i}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

WS_i = *Weight Score* atribut ke-i

HS = *Highest Score* = 5

K = Jumlah atribut

I = 1,2,3,...,k

Weight Score (WS) merupakan perkalian antara *Weight Factors* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score*), sedangkan *Weight Factors* (WF) merupakan persentase nilai *Mean Importance Score* suatu atribut (MIS_i) terhadap *Mean Importance Score* seluruh atribut. *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) masing-masing merupakan rata-rata nilai kepentingan (*importance*) dan rata-rata kepuasan (*satisfaction*) tiap atribut. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar dari 0 – 100%. Rentang skala (RS) kepuasan ditentukan dengan rumus 2 (Simamora (2004), dengan jumlah kelas 5 sehingga rentang skalanya adalah 20%.

$$RS = \frac{m-n}{b} \tag{2}$$

Keterangan:

- m = skor tertinggi
- n = skor terendah
- b = jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Kuadran Kartesius *Importance-Performance* ditentukan dengan menentukan rata-rata skor kinerja (*performance*) dari atribut ke-i (\bar{x}_i) dan tingkat kepentingan (*importance*) dari atribut ke-i (\bar{y}_i) untuk setiap atribut pelayanan yang dihitung dengan rumus 3 dan 4. Selanjutnya \bar{x}_i dan \bar{y}_i yang merupakan nilai rata-rata dari x_i dan y_i dihitung dengan rumus 5 dan 6.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \tag{3}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \tag{4}$$

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{k} \tag{5}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{k} \tag{6}$$

Keterangan:

- X_i = skor kinerja dari atribut ke-i
- Y_i = skor kepentingan dari atribut ke-i
- I = 1, 2, ..., k
- k = jumlah atribut
- n = jumlah responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kepuasan Peternak

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peternak terhadap kinerja kualitas pelayanan di Pasar Beringkit secara menyeluruh berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sudah tergolong dalam kategori puas namun masih perlu banyak perbaikan karena nilai CSI yang dicapai hanya sebesar 76.52%, dari nilai maksimal 100% seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Secara terpisah berdasarkan masing-masing dimensi kualitas pelayanan, dimensi pelayanan yang paling rendah tingkat kepuasannya adalah dimensi fisik de-

ngan nilai $CSI_{tangible}$ hanya 69,74% dari nilai maksimal 100%. Hal ini terjadi karena performa kualitas pelayanan dari beberapa atribut dalam dimensi fisik masih tergolong rendah (dilihat dari nilai MSS) padahal atribut tersebut sangat penting bagi peternak (dilihat dari nilai MIS) seperti atribut tempat menaruh ternak, kenyamanan parkir, tempat pelayanan administrasi, dan kenyamanan lingkungan. Hasil survey lapangan menunjukkan bahwa tempat menaruh ternak (tempat menambatkan sapi) di Pasar Beringkit masih sangat kurang dibandingkan jumlah sapi yang ada sehingga tampak sangat berdesak-desakan dan hal ini dapat membahayakan pengunjung seperti terinjak atau diseruduk sapi. Tempat parkir terutama pada hari minggu penuh sesak dan bahkan banyak yang kesulitan mendapatkan tempat parkir. Hal ini terjadi karena selain sebagai tempat jual beli sapi, di pasar ini juga dijual berbagai jenis hewan lain seperti ayam, burung, dan juga berbagai jenis tanaman dan pakaian, sehingga pengunjung yang datang sangat ramai. Hal ini tentu juga akan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan lingkungan. Tempat pelayanan administrasi di pasar ini juga masih sangat penting ditingkatkan. Pada tempat pelayanan administrasi sangat penting disediakan tempat duduk untuk menunggu antrian saat mengurus administrasi ternak sehingga lebih nyaman, dan perlu diberikan pemisah dengan tempat menaruh sapi. Kenyamanan lingkungan di pasar ini juga dirasakan masih kurang, terutama saat musim hujan, air bercampur kotoran sapi menggenang di sekitar area pasar. Oleh karena itu system drainase dan penanganan limbah sangat penting diperbaiki.

Kepuasan peternak terhadap dimensi daya tanggap belum maksimal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $CSI_{responsiveness}$ sebesar 76,18% dari nilai maksimalnya 100%. Hal ini terjadi terutama karena peternak merasa keluhan-keluhan yang disampaikan peternak terkait dengan pemasaran sapi di Pasar Beringkit mendapat respon yang sangat lambat. Seperti keluhan penggunaan timbangan manual yang dirasa sangat merugikan peternak mendapat respon yang sangat lambat dari pengelola pasar.

Kepuasan peternak terhadap dimensi jaminan juga belum maksimal yang ditunjukkan oleh nilai $CSI_{assurance}$ 75.47% dari nilai maksimalnya 100%. Hal ini terutama disebabkan oleh beberapa kualitas atribut pelayanan terkait dengan dimensi jaminan yang masih kurang seperti biaya pelayanan, kedisiplinan petugas, kejujuran petugas, dan rasa aman dari bahaya ternak. Adapun biaya yang dikeluarkan peternak kalau menjual sapi di Pasar Beringkit antara lain karcis masuk, biaya penimbangan, potongan biaya surat untuk eksportir, dan potongan berat badan. Adapun besaran masing-masing item tersebut dapat dilihat pada Tabel 2. Jika diperhitungkan dengan harga sapi potong saat ini sebesar Rp.

Tabel 1. Nilai indeks kepuasan peternak

No	Atribut Pelayanan	MIS	MSS	WF _i (%)	WS _i
Bukti fisik (tangibles)					
1	Tempat menaruh ternak	4.89	3.42	3.96	0.14
2	Tempat pelayanan administrasi	4.14	3.69	3.36	0.12
3	Kenyamanan tempat parkir	4.60	2.82	3.63	0.10
4	Sarana timbangan	5.00	4.94	4.05	0.20
5	Kejelasan petugas	4.26	4.36	3.45	0.15
6	Penampilan petugas pasar	3.42	3.92	2.77	0.11
7	Ruang tunggu	3.95	2.39	3.20	0.08
8	Ketersediaan brosur/pamphlet	3.36	2.46	2.72	0.07
9	Kenyamanan lingkungan	4.38	3.00	3.55	0.11
Keandalan (reliability)					
10	Kehandalan kemampuan petugas	5.00	4.25	4.05	0.17
11	Kehandalan sarana yang ada	5.00	4.17	4.05	0.17
Daya tanggap (Responsiveness)					
12	Kecepatan memberikan pelayanan	4.92	4.01	3.98	0.16
13	Kecepatan merespon keluhan peternak	4.96	3.61	4.02	0.15
Jaminan (Assurance)					
14	Keamanan bertransaksi	4.96	4.67	4.02	0.19
15	Rasa aman dari bahaya ternak	4.96	3.53	4.02	0.14
16	Kejujuran petugas	4.98	3.58	4.04	0.14
17	Kedisiplinan petugas	4.50	3.81	3.65	0.14
18	Tanggung jawab petugas	4.68	4.07	3.79	0.15
19	Kewajaran biaya pelayanan	5.00	2.78	4.05	0.11
20	Kepastian biaya pelayanan	5.00	4.00	4.05	0.15
Empati (Empathy)					
21	Prosedur pelayanan jelas	4.63	4.28	3.75	0.16
22	Persyaratan pelayanan jelas	4.35	4.46	3.53	0.16
23	Pelayanan yang adil	4.73	4.62	3.83	0.18
24	Memperhatikan saran dan kritik	4.34	3.43	3.52	0.12
25	Kemudahan dan kejelasan memperoleh informasi	4.51	4.06	3.66	0.15
26	Kesopanan dan keramahan petugas	4.51	4.08	3.66	0.15
27	Petugas mudah dihubungi	4.46	4.25	3.62	0.15
Total		123.49	102.55	100	3.83
CSI			76.52%		

43.000 per kg, maka total biaya pelayanan yang harus dibayar peternak dalam pemasaran sapi di Pasar Beringkit adalah sebesar Rp. 231.000 per ekor. Biaya tersebut belum termasuk biaya transportasi. Oleh karena itu maka harapan peternak kedepan adalah pemerintah bisa mengurangi biaya khususnya biaya no 3 dan 4.

Tabel 2. Pengeluaran peternak dalam pemasaran sapi potong di Pasar Beringkit

No	Komponen Biaya	Biaya per ekor
1	Karcis masuk	Rp. 25.000
2	Biaya penimbangan	Rp. 20.000
3	Potongan biaya surat untuk eksportir	Rp. 100.000
4	Potongan berat (2 kg/ekor)	Rp. 86.000
	Jumlah	Rp. 231.000

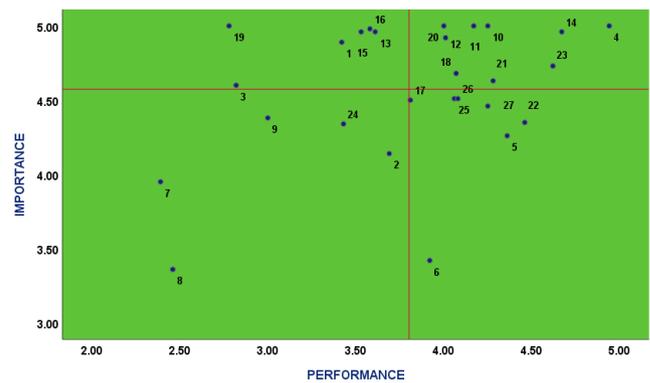
Peternak menganggap kedisiplinan petugas masih kurang terutama dalam hal menimbang, karena seringkali mulai nimbang dianggap terlambat, sehingga sapi peternak menunggu terlalu lama sehingga itu dianggap akan menurunkan berat badan dan akan merugikan peternak yang menjual sapi. Hal ini dicurigai sebagai bentuk permainan petugas timbangan dengan pembeli (eksportir sapi) yang merugikan penjual sapi dan menguntungkan pembeli. Di samping itu, penggunaan timbangan manual yang hasil timbangannya dicurigai dibawah angka yang sebenarnya juga dianggap sebagai bentuk permainan antara petugas timbangan dengan pembeli (eksportir sapi) yang merugikan pe-

ternak penjual sapi sehingga dapat menimbulkan rasa kurang puas bagi peternak tersebut.

Sedangkan terhadap dimensi kehandalan dan empati, peternak sudah merasa sangat puas dengan dengan nilai CSI_{reliability} 84,2% dan CSI_{emphaty} 83.49% sehingga perlu dipertahankan dan alangkah baiknya jika bisa ditingkatkan lagi

Posisi Atribut Kualitas Pelayanan dalam Kuadran IPA

Hasil analisa pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada kuadran I dan II masing-masing ada 6 dan 9 atribut, sedangkan pada kuadran III dan IV masing-masing ada 5 dan 7 atribut seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kuadran Kartesius Penilaian Responden terhadap Atribut Pelayanan

Atribut-atribut Pelayanan Prioritas Utama dan yang Perlu Dipertahankan

Atribut-atribut pelayanan yang berada pada kuadran prioritas utama (kuadran I) merupakan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh peternak tetapi kinerja pelayanannya rendah, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3. Kinerja dari atribut-atribut ini dirasakan kurang memuaskan bagi peternak, sehingga perlu ditingkatkan di masa mendatang.

Tabel 3. Atribut-atribut pelayanan pada kuadran prioritas utama

No Atribut	Nama Atribut	MIS	MSS
1	Tempat menaruh ternak	4.89	3.42
3	Kenyamanan tempat parkir	4.60	2.82
13	Kecepatan merespon keluhan peternak	4.96	3.61
15	Rasa aman dari bahaya ternak	4.96	3.53
16	Kejujuran petugas	4.98	3.58
19	Kewajaran biaya pelayanan	5.00	2.78

Sedangkan atribut-atribut yang berada pada kuadran II merupakan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh peternak dan kinerja pelayanannya sudah memuaskan peternak sehingga perlu dipertahankan.

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada Tabel 4. Kinerja dari atribut-atribut ini dirasakan sudah memuaskan peternak, termasuk sarana timbangan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *mean satisfaction score* (MSS) dari semua atribut tersebut yang sudah lebih dari 4. Kinerja atribut-atribut tersebut hendaknya dapat terus dijaga atau dipertahankan (*maintain*) dan bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi sehingga mencapai nilai MSS sebesar 5.

Tabel 4. Atribut-Atribut Pelayanan Pada Kuadran II

No Atribut	Nama Atribut	MIS	MSS
4	Sarana timbangan	5.00	4.94
10	Kehandalan kemampuan petugas	5.00	4.25
11	Kehandalan sarana yang ada	5.00	4.17
12	Kecepatan memberikan pelayanan	4.92	4.01
14	Keamanan bertransaksi	4.96	4.67
18	Tanggung jawab petugas	4.68	4.07
20	Kepastian biaya pelayanan	5.00	4.00
21	Prosedur pelayanan	4.63	4.28
23	Pelayanan yang adil	4.73	4.62

SIMPULAN

1. Secara umum tingkat kepuasan peternak terhadap kualitas pelayanan di Pasar Beringkit tergolong dalam kategori puas dengan nilai CSI sebesar 76.52%, namun demikian masih perlu dilakukan perbaikan sehingga mendekati nilai maksimalnya 100%.
2. Atribut-atribut pelayanan yang hendaknya menjadi prioritas utama diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan peternak adalah tempat menaruh ternak, kenyamanan tempat parkir, kecepatan merespon keluhan peternak, rasa aman dari bahaya ternak, kejujuran petugas, dan kewajaran biaya pelayanan.
3. Atribut-atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya untuk menjaga kepuasan peternak adalah sarana timbangan, kehandalan kemampuan petugas, kehandalan sarana yang ada, keamanan bertransaksi, kecepatan memberikan pelayanan, tanggung jawab petugas, dan kepastian biaya pelayanan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Melalui kesempatan ini kami selaku tim peneliti mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Udayana dan Dekan Fakultas Peternakan serta Ketua Program Studi Sarjana Peternakan Universitas Udayana yang telah memberikan kepercayaan dan dana kepada kami untuk melaksanakan penelitian ini. Demikian pula kepada kepala Pasar Hewan Beringkit beserta stafnya dan seluruh responden peternak serta semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Andaikata ada hal-hal yang tidak berkenan kami minta maaf dengan setulus hati.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2020. Peternakan dalam Angka 2020. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Aritonang, R.L. (2005). Kepuasan Pelanggan. Rineka Cipta. Jakarta
- Inggriati, N.W.T., I G. Suarta, dan D.A. Warmadewi. 2019. Persepsi Peternak terhadap Pemanfaatan Sapi sebagai Atraksi Wisata di Kabupaten Tabanan, Bali. *Majalah Ilmiah Peternakan*. 22(2), 67-73.
- Kartikasari, R.D., Irham, dan Jangkung Handoyo Mulyo. 2018. Level of Customer Satisfaction Towards Marketing Mix in Indonesian Traditional Market. *Agro Ekonomi*, 29(2), 218-230
- Nurfarida, I. N. 2015. Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan untuk Peningkatan Kualitas Layanan. *Modernisasi*, 11(2), 135-146.
- Rahmasari, L.F., Rita Nurmalina, dan Wahyu Budi Priatna. 2017. Analisis Sikap, Konsistensi dan Kepuasan pada Teh Kotak Ultrajaya: *An Experimental Marketing Research On IPB Agribusiness Master of Science Students*. *Forum Agribisnis*, 7(1), 85-102. Asosiasi Agribisnis Indonesia.
- Simamora, B. 2004. Riset Pemasaran; Falsafah, Teori, dan Aplikasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sukanata, I W., Suciani, I G.N. Kayana, I W. Budiarta. 2010. Kajian Kritis terhadap Penerapan Kebijakan Kuota Perdagangan dan Efisiensi Pemasaran Sapi Potong Antar Pulau. Laporan Penelitian. Fapet Unud, Denpasar.