



Submitted Date: August 2, 2022

Accepted Date: September 3, 2023

Editor-Reviewer Article : Eny Puspani & Dsk, Pt. Mas Ari Candrawati

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA PETERNAKAN BABI
BALI DI LAHAN KRITIS
(Studi Kasus di Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali)**

Putra, W.Y.N.W., B.R.T. Putri, dan N. L.G. Sumardani

PS Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar, Bali
E-mail : nandawinataputra@student.unud.ac.id Telp: +62895326634577

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal usaha peternakan babi Bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem yang mempengaruhi pemasaran ternak babi bali, menentukan posisi usaha peternakan babi Bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem di dalam industri dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha peternakan babi Bali. Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan di Kabupaten Karangasem. Jumlah responden sebanyak 33 orang, terdiri dari 30 responden peternak dan 3 orang responden ahli. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi, *indepth interview* dan wawancara dengan bantuan kuisisioner. Analisis yang digunakan ada 3 yaitu, 1) analisis internal dan eksternal usaha untuk menemukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dimasukkan kedalam matriks IFE dan EFE; 2) matriks IE yang digunakan untuk menentukan posisi usaha; 3) analisis SWOT digunakan untuk menyusun alternatif strategi pemasaran usaha ternak babi Bali. Hasil analisis IFE dan EFE usaha diperoleh babi bali tahan terhadap cekaman (pakan kualitas rendah dan lingkungan yang *extreme*) (kekuatan mayor), peternak hanya fokus pada pemeliharaan saja, sedangkan sektor manajemen pemasaran dan manajemen kesehatan kurang diperhatikan (kelemahan utama), tingginya permintaan babi bali untuk babi guling (peluang mayor) dan masuknya babi ras ke seluruh lapisan masyarakat di Bali menggantikan peranan babi bali sebagai penghasil daging (ancaman utama). Penelitian ini menunjukkan bahwa posisi usaha peternakan babi bali pada lahan kritis berada pada sel V (pertahankan dan pelihara) dalam matriks IE dengan nilai IFE 2.93 dan nilai EFE 2.52.

Kata kunci : *strategi pemasaran, IE, SWOT, babi bali*

BALI PIG FARMING BUSINESS MARKETING STRATEGY ON CRITICAL LAND

(Case Study in Karangasem Regency, Bali Province)

ABSTRACT

This study aims to analyze the internal and external environmental factors of bali pig farming business on critical land in Karangasem Regency that affect the marketing of Bali pig herds, determine the position of Bali pig farming business on critical land in Karangasem Regency in the industry and formulate the right marketing strategy for Bali pig farming business. This study is a case study conducted in Karangasem Regency. The number of breeder respondents was 30 people, and the expert respondents were 3 people. The data sources used are primary and secondary data. The data was collected through observation, *indepth interviews* and interviews with the help of questionnaires. The analysis used there are 3 namely, 1) internal and external analysis of efforts to find factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats to be included in the IFE and EFE matrices; 2) the IE matrix used to determine the position of the business; 3) SWOT analysis is used to devise alternative marketing strategies for Balinese pig farming businesses. The results of ife and EFE analysis of efforts obtained by Bali pigs are resistant to sufficiency (low quality feed and *extreme* environment) (major strength), farmers only focus on maintenance, while the marketing management and health management sectors are less noticed (the main weakness), the high demand for bali pigs for rolled pigs (major opportunities) and the entry of purebred pigs into all walks of life in Bali to determine the role of Balinese pigs as meat producers (the main threat). This study shows that the position of bali pig farming business on critical land is in cell V (maintain and maintain) in the IE matrix with an IFE value of 2.93 and an EFE value of 2.52.

Keywords: *marketing strategy, IE, SWOT, bali pig*

PENDAHULUAN

Babi bali merupakan babi lokal asli yang ada di Bali. Diketahui babi yang berada di pulau Bali berasal dari babi liar (*Sus vitatus*) yang telah didomestikasi agar dapat dipelihara. Babi bali merupakan salah satu komoditas ternak penghasil daging yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena memiliki sifat-sifat dan kemampuan yang menguntungkan, namun keberadaannya di Pulau Bali sangat sedikit dan hanya terdapat pada daerah-daerah tertentu, seperti daerah Karangasem, Nusa Penida dan Buleleng (Sumardani dan Ardika, 2016). Menurut Sukanata *et al* (2015) Babi bali yang merupakan sumber plasma nutfah asli bali, memiliki berbagai keunggulan. Babi ini lebih tahan terhadap lingkungan yang ekstrim, masih dapat memproduksi walaupun pakan yang diberikan seadanya, serta hemat air. Keunggulan tersebut membuat babi jenis ini menjadi pilihan peternak di daerah-daerah kering. Di samping itu, daging babi bali memiliki citarasa yang lebih gurih, dan

sangat cocok dipakai sebagai babi guling. Salah satu karakteristik dari babi bali ini adalah lemak yang tebal dan cocok digunakan untuk babi guling yang merupakan kuliner khas pulau Bali. Hal ini diperkuat oleh (Suarna dan Suryani, 2015) yang menyatakan Babi bali bila dilihat dari potensi genetisnya menghasilkan banyak lemak sehingga babi bali lebih mendekati kepada babi tipe lemak. Karakteristik babi bali seperti tersebut sangat potensial untuk dijadikan babi guling karena komposisi lipatan lemak setelah kulit akan memberikan aroma dan tekstur babi guling yang sangat baik.

Di beberapa daerah, dalam membuat babi guling untuk sesaji masih fanatik harus menggunakan jenis babi bali. Selain untuk kuliner, babi bali banyak digunakan untuk upacara adat dan upacara keagamaan. Salah satu upacara keagamaan yang banyak mempersembahkan babi guling di Kabupaten Karangasem adalah upacara *Usaba Sumbu*. *Usaba Sumbu* merupakan upacara keagamaan yang dilakukan setiap satu tahun sekali dengan mempersembahkan babi guling sebagai sarana upacara. Ritual *Usaba Sumbu* memiliki keunikan berupa adanya tradisi *Guling Siyu* atau guling seribu yang menjadi sebuah tradisi turun temurun yang diwariskan dari waktu ke waktu. Sesuai dengan namanya (*guling siyu*) dalam pelaksanaan upacara ini banyak mempersembahkan babi guling dalam jumlah yang cukup banyak, bahkan mencapai lebih dari 1000 ekor babi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari (Ardika dan Suastika, 2019) yakni pada saat upacara *Aci Usaba Sumbu Kaja* masyarakat menghaturkan sekitar 950 ekor babi guling dan pada saat upacara *Aci Usaba Sumbu Kelod* masyarakat juga menghaturkan sekitar 450 ekor babi guling. Artinya dalam sekali pelaksanaan upacara sudah lebih dari 1000 ekor babi dipsembahkan. Beberapa desa di Kabupaten Karangasem masih fanatik harus menggunakan babi bali sebagai sarana upacara, sebagian masyarakat sering menyebut babi bali dengan nama babi *ireng*. Walaupun jumlah babi bali terbatas namun peminat dipasaran masih sangat tinggi dengan adanya kuliner babi guling dan upacara-upacara keagamaan membuat babi bali menjadi istimewa.

Permintaan pasar yang tinggi akan babi bali belum mampu meningkatkan keinginan masyarakat untuk beternak babi bali. Peternak belum bisa menikmati keuntungan dari keistimewaan pasar babi bali dikarenakan panjangnya rantai pasok antara peternak dengan pasar sehingga penghasilan peternak belum maksimal. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang sesuai.

Pemasaran ternak babi merupakan suatu proses kegiatan untuk mentransformasi hasil produksi berupa babi menjadi pendapatan berupa uang secara berkelanjutan. Pemasaran tersebut sangat penting diperhatikan karena sangat mempengaruhi pendapatan peternak dan keberlanjutan dari usahatani tersebut. Secara umum sistem pemasaran ternak babi di Bali belum efisien yang ditandai oleh rantai pasar yang panjang serta *farmer's share* yang rendah sehingga pendapatan peternak sangat minim dan lebih menguntungkan pedagang perantara. Oleh karena itu maka perlu strategi yang lebih tepat dalam hal pemasaran ternak babi sehingga pendapatan peternak dapat ditingkatkan (Sukanata 2017).

Dari uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi pemasaran produk peternakan babi. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi strategi yang tepat untuk diterapkan pada usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu mengumpulkan informasi dengan menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Sedangkan metode kuantitatif adalah metode pengukuran yang menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus di Kabupaten Karangasem. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria a) Kabupaten Karangasem merupakan salah satu Kabupaten penghasil babi bali, b) Kabupaten Karangasem memiliki adat dan budaya yang mengharuskan masyarakat menggunakan babi bali dalam suatu upacara adat atau keagamaan, c) wilayah Kabupaten Karangasem yang strategis dan mudah diakses.

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan cara metode *purposive*. Metode *purposive* adalah teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu, yaitu:

1. Lokasi penelitian mudah diakses.
2. Terdapat peternakan babi bali di lokasi penelitian.

Populasi dan sampel penelitian

Populasi atau keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian penelitian ini adalah peternak babi bali yang dalam menjalankan usahanya sekurang-kurangnya selama dua tahun dengan jumlah pemeliharaan induk babi paling sedikit dua ekor. Penelusuran keberadaan peternak babi bali di Kabupaten Karangasem menggunakan metode *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* (bola salju) adalah metode sampling dimana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya. Responden konsumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari konsumen individu dan konsumen pedagang yang masing-masing dipilih sebanyak sepuluh orang. Responden ahli ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu memilih responden yang memiliki kompetensi di bidang peternakan babi bali yang terdiri dari akademisi, pemegang kebijakan (pemerintah) dan praktisi.

Definisi operasional penelitian

Definisi operasional penelitian merupakan penjelasan variabel yang dapat dioperasikan langsung sesuai dengan maksud penelitian untuk dapat diamati dan diukur. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu: Definisi operasional adalah penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Babi bali merupakan ternak babi lokal yang terdapat di Bali, khususnya di kawasan Kabupaten Karangasem.
2. Peternak adalah pemilik usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem.
3. Pedagang adalah pihak pendistribusi atau penyalur hasil jual ternak antara peternak dan konsumen.
4. Karakteristik peternak adalah sifat yang dapat menggambarkan keadaan peternak yang berhubungan dengan keterlibatannya dalam mengelola usaha ternak.
5. Konsumen adalah pembeli ternak babi bali yang terdapat di Kabupaten Karangasem.
6. Strategi pemasaran merupakan rencana atau inovasi baru dalam kegiatan pemasaran produk peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem.
7. Lingkungan internal adalah faktor–faktor yang mencakup kekuatan dan kelemahan pemasaran usaha peternakan babi bali yang terdapat di Kabupaten Karangasem.

8. Lingkungan eksternal faktor-faktor yang mempengaruhi peluang dan ancaman pemasaran usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem.

Jenis dan sumber data

Jenis data

Menurut jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data kuantitatif

Data kuantitatif meliputi: jumlah ternak yang dijual, harga jual.

2. Data kualitatif

Data kualitatif meliputi: 1) karakteristik responden, antara lain: tingkat pendidikan peternak, dan status kepemilikan ternak; 2) Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh peternak; 3) Kondisi internal usaha peternakan babi bali, yang meliputi kekuatan dan kelemahan usaha; dan 4) Kondisi eksternal usaha peternakan babi bali, yang meliputi peluang dan ancaman usaha.

Sumber data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dengan cara observasi, dan wawancara dengan bantuan kuesioner ataupun wawancara mendalam (*indepht interview*).

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi dan literatur dari berbagai instansi terkait yang relevan dengan penelitian ini.

Variabel penelitian

Variabel karakteristik peternak diukur berdasarkan indikator dan parameter seperti pada Tabel 1. Tabel 1 Indikator dan parameter karakteristik peternak.

Tabel 1 Karakteristik Peternak

Variabel	Indikator	Parameter
Karakteristik responden	1. Umur	umur peternak saat penelitian dilakukan (tahun)
	2. Tingkat pendidikan	1) SD 2) SMP 3) SMA 4) S1
	3. Pengalaman Peternak	Lama waktu melakukan kegiatan usaha ternak babi bali (tahun)
	4. status kepemilikan usaha	1) Milik sendiri 2) Milik orang lain
	5. Jumlah ternak yang dipelihara	Jumlah ternak babi yang dipelihara (ekor)

Manajemen pemasaran babi bali

Variabel manajemen pemasaran babi bali diukur berdasarkan indikator dan parameter seperti yang terlihat pada Tabel 2. Indikator pemasaran babi bali. Berdasarkan telaan pustaka, terdapat indikator dan 8 parameter.

Tabel 2. Indikator Pemasaran Babi Bali.

Variabel	Indikator	Parameter
Manajemen pemasaran babi bali	1. Sistem penjualan	(1) jumlah ternak babi yang dijual (2) cara penjualan babi (3) harga jual (4) cara penentuan harga (5) pembeli (6) lokasi penjualan (7) pembayaran (8) pendistribusian ternak

Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Pemasaran Babi Bali

Variabel kondisi lingkungan internal dan eksternal peternakan babi bali diukur berdasarkan indikator dan parameter seperti yang terlihat pada Tabel 3. Penentuan bobot dilakukan dengan menggunakan metode *paired comparison* (Kinnear dan Taylor, 1996). Penentuan rating ditentukan berdasarkan kondisi masing–masing faktor (David, 2002).

Tabel 3 Indikator dan Parameter Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Pemasaran Babi Bali

Variabel	Indikator	Parameter
Kondisi lingkungan internal dan eksternal pemasaran Babi bali	1) Kekuatan	(1) Identifikasi faktor kekuatan (2) Penentuan bobot, rating, dan skor faktor
	2) Kelemahan	(1) Identifikasi faktor kelemahan (2) Penentuan bobot, rating, dan skor faktor
	3) Peluang	(1) Identifikasi faktor peluang (2) Penentuan bobot, rating, dan skor faktor
	4) Ancaman	(1) Identifikasi faktor ancaman (2) Penentuan bobot, rating, dan skor faktor

Strategi Pemasaran

Variabel strategi pemasaran diukur berdasarkan indikator dan parameter seperti pada Tabel

4. Indikator Strategi Pemasaran.

Tabel 4. Indikator Strategi Pemasaran.

Variabel	Indikator	Parameter
Strategi pemasaran 1. Alternatif strategi a. Mencocokkan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan	b. Menyusun alternatif strategi bagi perusahaan	
2. Rekomendasi strategi	a. Menghitung nilai total masing-masing alternatif strategi	
	b. Memilih satu strategi yang tepat diterapkan pada usaha yang dijalankan	

Instrumen penelitian

Instrumen atau alat ukur yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner yang terstruktur, yang dilengkapi dengan pertanyaan terbuka. Penjelasan–penjelasan yang bersifat kualitatif dan mendalam yang belum tercakup dalam kuesioner tetapi berkaitan erat dengan masalah penelitian dinyatakan melalui wawancara langsung menggunakan daftar pertanyaan terbuka sebagai pedoman wawancara, dan hasilnya dicatat dalam lampiran tersendiri (*slip*). Wawancara kepada pakar di bidang pemasaran babi bali, pelaku pemasaran produksi babi bali, dan lembaga–lembaga terkait dilakukan melalui wawancara yang mendalam (*indepth interview*) dan hasilnya dicatat dalam lampiran tersendiri.

Teknik pengumpulan

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan empat cara, yaitu: 1) wawancara langsung menggunakan kuesioner terstruktur yang telah dipersiapkan; 2) wawancara yang mendalam (*indepth interview*) menggunakan daftar pertanyaan terbuka sebagai pedoman wawancara; 3) observasi yaitu mengamati kegiatan maupun hasil kegiatan pemasaran babi bali di Kabupaten Karangasem yang biasa dilakukan oleh peternak maupun pelaku pemasaran; dan 4) penelusuran dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian.

Analisis data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan manajemen strategi. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan pada matriks IFE, EFE, SWOT. Sedangkan analisis deskriptif kualitatif berfungsi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

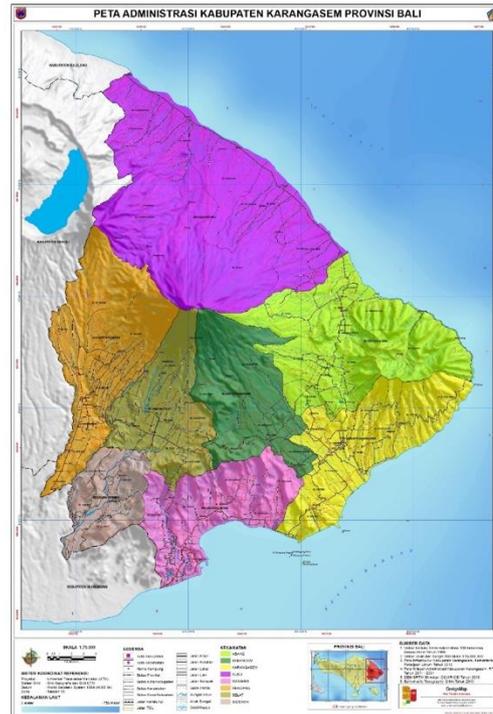
Gambaran umum lokasi

Karangasem merupakan Kabupaten yang terletak di ujung timur Pulau Bali. Secara astronomis, Kabupaten ini berada pada posisi 80 00 '00 – 80 41 '37,8 Lintang Selatan dan 1150 35'9,8 – 1150 54 '8,9 Bujur Timur yang membuatnya beriklim tropis layaknya wilayah lain di Provinsi Bali. Adapun batas wilayah Kabupaten Karangasem sebagai berikut :

- Sebelah utara berbatasan dengan laut Bali;
- Sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia;

- Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Klungkung, Bangli, dan Buleleng;
- Sebelah timur berbatasan dengan Selat Lombok.

Luas Wilayah Kabupaten Karangasem terdiri atas 8 Kecamatan, 75 desa, dan 3 kelurahan, dengan luas 839,54 km² atau 83.954 Ha. Kecamatan-kecamatan di Kabupaten Karangasem meliputi: Kecamatan Rendang, Sidemen, Manggis, Karangasem, Abang, Bebandem, Selat, dan Kubu.



Gambar 1 Peta Administrasi Kabupaten Karangasem.

Sumber: Peta Administrasi Kabupaten Karangasem | Peta Tematik Indonesia.

Kabupaten Karangasem memiliki potensi yang cukup besar di sektor usaha peternakan, salah satunya usaha peternakan babi bali. Masyarakat Bali memiliki peran dalam pemanfaatan babi Bali sebagai pelengkap (piranti) upacara adat Bali sehingga memberikan dukungan besar terhadap eksistensi dan lestarinya babi Bali, karena babi bali dipercaya sebagai pelengkap upacara dan juga sebagai kepercayaan *folklore* yang ada pada masyarakat Karangasem (Suarna *et al*, 2017). Berdasarkan informasi data Dinas Peternakan Kabupaten Karangasem 2020, tercatat jumlah babi bali mencapai 48.910 ekor. Dari delapan (8) Kecamatan yang ada di Kabupaten Karangasem terdapat tiga (3) Kecamatan dengan populasi babi bali terbanyak yaitu Kecamatan Abang dengan jumlah babi bali sebanyak 19.608 ekor, Kecamatan Karangasem sebanyak 14.505 ekor, dan Kecamatan Kubu sebanyak 12.492 ekor

(Tabel 3.1) hal tersebut dikarenakan di tiga (3) Kecamatan tersebut merupakan daerah dengan lahan kritis dimana keterbatasan air dan sumber hara pada tanah yang kurang baik menyebabkan lahan di tiga (3) Kecamatan tersebut sulit untuk dikembangkan khususnya di sektor pertanian, terlebih lagi saat memasuki musim kemarau. Salah satu ternak yang dapat bertahan di lahan tersebut adalah babi bali, selain itu sistem pemeliharaan babi bali tergolong mudah dan cocok untuk dipelihara di lahan yang ekstrem.

Data yang diperoleh dari Dinas Peternakan Kabupaten Karangasem tahun 2020 mengenai populasi babi bali tercantum pada tabel 5.

Tabel 5. Populasi babi bali di Kabupaten Karangasem Provinsi Bali tahun 2020.

No	Kecamatan	Babi Bali							Jumlah
		Pejantan	Jantan muda	Kebiri	Induk	Betina muda	Kucit		
							Jantn/kbr	Betina	
1.	Rendang	-	-	131	9	130	122	90	482
2.	Sidemen	-	-	169	-	-	-	-	169
3.	Manggis	3	6	110	245	61	540	357	1.322
4.	Karangasem	633	1.937	1.755	1.931	2.580	2.799	2.870	14.505
5.	Abang	289	1.927	3.627	3.015	3.273	3.912	3.520	19.608
6.	Bebandem	2	9	13	7	22	18	38	109
7.	Selat	-	47	25	-	73	49	29	223
8.	Kubu	156	65	3.566	3.142	590	2.372	2.601	12.492
JUMLAH 2020		1.083	3.991	9.441	8.349	6.729	9.812	9.505	48.910

Sumber : Dinas Peternakan, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali 2020

Berdasarkan hasil sensus BPS Kabupaten Karangasem tercatat jumlah penduduk pada tahun 2021 yaitu sekitar 492.400 jiwa, sebagian besar masyarakat Kabupaten Karangasem berprofesi sebagai petani dan peternak. Hasil survey BPS Kabupaten Karangasem tercatat ada sekitar 107.420 jiwa bekerja sebagai petani dan peternak, 58.452 bekerja di sektor industry, dan 86.997 bekerja di sektor jasa. Dari tiga sektor pekerjaan

profesi petani dan peternak masih menunjukkan angka yang cukup tinggi, ini membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat di Kabupaten Karangasem menggantungkan hidupnya sebagai petani dan peternak. Besarnya jumlah peternak memberikan dampak pada populasi babi bali yang ada di Kabupaten Karangasem.

Keadaan umum peternak

Keadaan umum peternak dapat dilihat dari:

- a) Umur peternak. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, klasifikasi umur responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Klasifikasi umur responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem.

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
35 – 44	7	23
45 – 54	11	37
55 – 64	8	27
> 65	4	13
Jumlah	30	100

Data di atas menunjukkan bahwa 60% responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem berada pada kisaran usia produktif (Tabel 3.3) dan hanya 13% dari responden dipenelitian ini berada diluar batas umur produktif.

- b) Tingkat pendidikan peternak

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada responden, tingkat pendidikan peternak babi bali di Kabupaten Karangasem tertera pada tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Pendidikan Responden Peternak Babi Bali di Kabupaten Karangasem

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	10	33
SMP	11	37
SMA/ sederajat	8	27
Dimploma-S1	1	3
Jumlah	30	100

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem secara menyeluruh telah mengenyam pendidikan formal yaitu sekitar 100% (SD – S1), responden peternak lainnya telah mengenyam pendidikan hingga tingkat SD (33%), tingkat SMP (37%), tingkat SMA (27%), dan Diploma hingga S1 (3%) dapat dilihat pada tabel 8.

c) Pekerjaan utama

Dari hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden peternak memiliki pekerjaan utama sebagai nelayan sekitar (40%), selain nelayan, pekerjaan utama responden lainnya adalah sebagai wiraswasta (20%), Pegawai Negri Sipil (7%), buruh (23%), sebagai ibu rumah tangga (3%), dan responden yang diluar batas produktif tidak memiliki pekerjaan utama sekitar (7%) dapat dilihat pada tabel 8..

Tabel 8. Pekerjaan Utama Responden Peternak Babi Bali di Kabupaten Karangasem.

Pekerjaan utama	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Peternak	2	7
Nelayan	12	40
Wiraswasta (UMKM)	6	20
PNS	2	7
Buruh	7	23
Ibu rumah tangga	1	3
Jumlah	30	100

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa peternak babi bali di Kabupaten Karangasem umumnya memiliki pekerjaan utama selain beternak, beternak merupakan pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilan dan untuk memaksimalkan serta memanfaatkan potensi lahan yang mereka miliki, sebagian besar peternak memelihara babi bali di lahan miliknya sendiri seperi di kebun atau halaman belakang rumah.

d) Pengalaman beternak

Dari hasil penelitian menunjukkan responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem memiliki pengalaman beternak babi bali selama lebih dari > 20 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 43%, sedangkan responden lainnya memiliki pengalaman beternak antara 11 – 15 tahun sebanyak 5 orang dengan persentasi 17 %, pengalaman antara 16 – 20 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 30%, dan pengalaman beternak antara 4 – 5 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 10% terdapat pada tabel 3.6. Hal ini menunjukkan

responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem memiliki pengalaman yang cukup lama dalam mengelola usaha peternakannya, terbukti dari kemampuan peternak dalam mempertahankan usahanya diatas 3 tahun sampai lebih dari 20 tahun. Hanya saja peternak belum mampu menerapkan teknologi modern dalam pemeliharanya, peternak cenderung menerapkan teknologi sederhana atau tradisional.

Tabel 9. Pengalaman beternak responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem

Pengalaman beternak babi (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
4 – 10	3	10
11 - 15	5	17
16 - 20	9	30
>20	13	43
Jumlah	30	100

e) Jumlah ternak babi bali yang dipelihara

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peternak babi bali di Kabupaten Karangasem (Tabel 3.8) menunjukkan 70% responden peternak memiliki pejantan atau indukan sekitar 1 – 2 ekor, dan bibit atau anakan sekitar 4 – 7 ekor yaitu sebanyak 21 orang, sedangkan 23% peternak lainnya memiliki pejantan ataupun indukan sekitar 3 – 4 ekor dan bibit ataupun anakan 8 – 10 ekor, dan 7% peternak yang memiliki pejantan ataupun indukan.

Tabel 10. Jumlah Ternak Babi Bali yang Dipelihara

Jumlah ternak babi bali yang di perlihara (ekor)						Persentase (%)
Jantan (grower)	Betina (grower)	Induk (finisher)	Bibit jantan (starter)	Bibit betina (starter)	Jumlah (Orang))
1-2	2	1 – 3	3	4 - 7	21	70
3	2	4 – 5	4 - 8	8 – 11	7	23
-	1	6	9 - 11	12 - 13	2	7
Jumlah					30	100

f) Status kepemilikan usaha peternakan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peternak babi bali di Kabupaten Karangasem menunjukkan dari 30 responden peternak babi bali semua ternak yang dipelihara merupakan milik pribadi bukan milik orang lain (Tabel 11.)

Tabel 11. Status Kepemilikan Ternak Babi Bali

Status kepemilikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Milik sendiri	30	100
Jumlah	30	100

Manajemen pemasaran babi bali

Manajemen pemasaran babi bali merupakan gambaran umum kegiatan pemasaran ternak babi bali yang secara alami dilakukan oleh peternak di lokasi penelitian dengan berdasarkan kemampuan yang mereka miliki dalam memasarkan ternak babi bali. Sektor pemasaran merupakan salah satu sektor penunjang kesuksesan dalam usaha ternak, jika pemasaran dilakukan dengan maksimal maka perolehan keuntungan dan kesejahteraan peternak juga akan maksimal. Maka dari itu perlu dilakukan penanganan manajemen pemasaran yang baik oleh peternak. Indikator pemasaran yang diamati dalam penelitian ini adalah sistem penjualan yang dilakukan oleh peternak babi bali di Kabupaten Karangasem, terdapat enam kegiatan dalam sistem penjualan yang dilakukan oleh peternak babi bali sebagai berikut:

Jumlah ternak babi yang dijual

Penjualan ternak babi di lokasi penelitian tidak menentu jumlahnya, peternak akan menjual ternak mereka disaat ada yang membeli dan disesuaikan dengan jumlah ternak yang mereka pelihara. Jika pengepul babi datang dan membeli banyak maka penjualan akan banyak, sebaliknya jika pengepul tidak datang membeli atau jumlah stok babi bali yang dipelihara sedikit maka penjualan akan sedikit. Rata-rata per/tahun peternak yang memiliki ternak babi dengan jumlah banyak mampu menjual hingga 20 ekor dari bibit ataupun dewasa, tidak ada spesifikasi penjualan dari transaksi pembelian disesuaikan oleh keinginan pengepul babi. Sebaliknya peternak yang memiliki ternak babi bali sedikit hanya mampu menjual 5 sampai 7 ekor saja.

Cara penjualan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan terdapat dua cara penjualan babi bali yang dilakukan oleh responden peternak babi bali di Kabupaten Karangasem, yaitu 1) peternak menjual babi bali tanpa perantara (langsung kepada konsumen), 2) peternak menjual ternak babi bali dengan perantara (pengepul babi). Sebanyak 73% peternak babi bali di Kabupaten Karangasem menggunakan jasa pengepul babi untuk menjual ternak babi bali yang mereka miliki, sedangkan 27% lainnya sudah mampu menjual ternaknya langsung ke konsumen tanpa

menggunakan jasa pengepul babi (Tabel 3.9), konsumen yang menjadi pelanggan usaha peternakan babi bali ini adalah pemilik rumah makan kuliner seperti rumah makan babi guling atau rumah makan *be balung*, individu yang langsung memesan untuk upacara keagamaan dan kegiatan upacara adat yang lainnya.

Strategi pemasaran usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem

Analisis lingkungan internal

Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa terdapat Sembilan faktor kekuatan yang dimiliki oleh usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem, yaitu:

- a. Babi bali tahan terhadap cekaman (pakan kualitas rendah dan lingkungan yang *extreme*).
- b. Besarnya motivasi peternak dalam memelihara babi bali.
- c. Babi bali merupakan plasma nutfah asli bali.
- d. Permintaan babi bali tinggi, khususnya untuk kebutuhan upacara adat dan agama di bali.
- e. Kabupaten Karangasem merupakan sentra keberadaan peternakan babi bali di wilayah bali bagian timur.
- f. Kegiatan beternak babi bali sudah menjadi budaya yang mampu memberikan pedapatan tambahan bagi masyarakat kabupaten karangasem
- g. Lahan yang tersedia untuk beternak luas.
- h. Cara pemeliharaan babi bali mudah.
- i. Minat peternak dalam mengembangkan usaha cukup tinggi.

Selain faktor kekuatan, terdapat faktor kelemahan sebanyak lima kelemahan sebagai berikut :

- a. Kemampuan peternak dalam memasarkan ternaknya masih rendah, peternak cenderung menunggu pembeli datang bukan mencari pembeli.
- b. Pertumbuhan babi bali lambat.
- c. Peternak hanya fokus pada pemeliharaan saja, sedangkan sektor manajemen pemasaran dan manajemen kesehatan kurang diperhatikan.
- d. Peternak sebagai price taker
- e. Terbatasnya modal menyulitkan peternak dalam mengembangkan usahanya.

Analisis lingkungan eksternal

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat 3 faktor eksternal yang diidentifikasi sebagai peluang pada usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem di lahan kritis sebagai berikut:

- a. Tingginya permintaan babi bali untuk babi guling.
- b. Berkembangnya keragaman kuliner di Bali.
- c. Berkembangnya pariwisata di Kabupaten Karangasem yang mampu menarik wisatawan.

Selain peluang, terdapat 3 faktor eksternal yang diidentifikasi sebagai ancaman pada usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem pada lahan kritis sebagai berikut :

- a. Masuknya babi ras ke seluruh lapisan masyarakat di Bali menggantikan peranan babi bali sebagai penghasil daging.
- b. Minat generasi muda untuk beternak babi bali mulai berkurang.
- c. Persebaran virus penyakit seperti ASF (*African Swine Fever*) menyebabkan banyak ternak babi bali mati.

Matriks EFI dan EFE

Berdasarkan hasil analisis internal-eksternal, diperoleh bahwa sub total nilai kekuatan sebesar 2.17, sub total nilai kelemahan sebesar 0.76 dan total faktor internal adalah 2.93. Dapat dilihat pada Tabel (11).

Tabel 11. Hasil EFI

No	Faktor Penentu	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
A	Babi bali tahan terhadap cekaman (pakan kualitas rendah dan lingkungan yang <i>extreme</i>)	0.12	4	0.48
B	Besarnya motivasi peternak dalam memelihara babi bali	0.07	2	0.13
C	Babi bali merupakan plasma nutfah asli bali	0.12	3	0.36
D	Permintaan babi bali tinggi, khususnya untuk kebutuhan upacara adat dan agama di bali	0.12	3	0.36
E	Kabupaten Karangasem merupakan sentra keberadaan peternakan babi bali di wilayah bali bagian timur	0.09	3	0.26
F	Kegiatan beternak babi bali sudah menjadi budaya yang mampu memberikan pedapatan tambahan bagi masyarakat kabupaten Karangasem	0.05	3	0.16

G	Lahan yang tersedia untuk beternak luas	0.05	2	0.11
H	Cara pemeliharaan babi bali mudah	0.07	3	0.22
I	Minat peternak dalam mengembangkan usaha cukup tinggi	0.03	3	0.09
Sub	Total			Kekuatan
				2.17
Kelemahan				
A	Kemampuan peternak dalam memasarkan ternaknya masih rendah, peternak cenderung menunggu pembeli datang bukan mencari pembeli	0.08	3	0.25
B	Pertumbuhan babi bali lambat	0.04	2	0.07
C	Peternak hanya fokus pada pemeliharaan saja, sedangkan sektor manajemen pemasaran dan manajemen kesehatan kurang diperhatikan	0.12	3	0.36
D	Peternak sebagai <i>price taker</i>	0.00	2	0.01
E	Terbatasnya modal menyulitkan peternak dalam mengembangkan usahanya	0.03	2	0.07
Sub	Total			Kelemahan
				0.76
Total				
				2.93

Berdasarkan analisis hasil analisis internal-eksternak, bahwa diperoleh sub total peluang sebesar 1.14, sub total ancaman sebesar 1.08, dan total nilai EFE 2.52. Dapat dilihat pada tabel (12).

Tabel 12. Hasil EFE

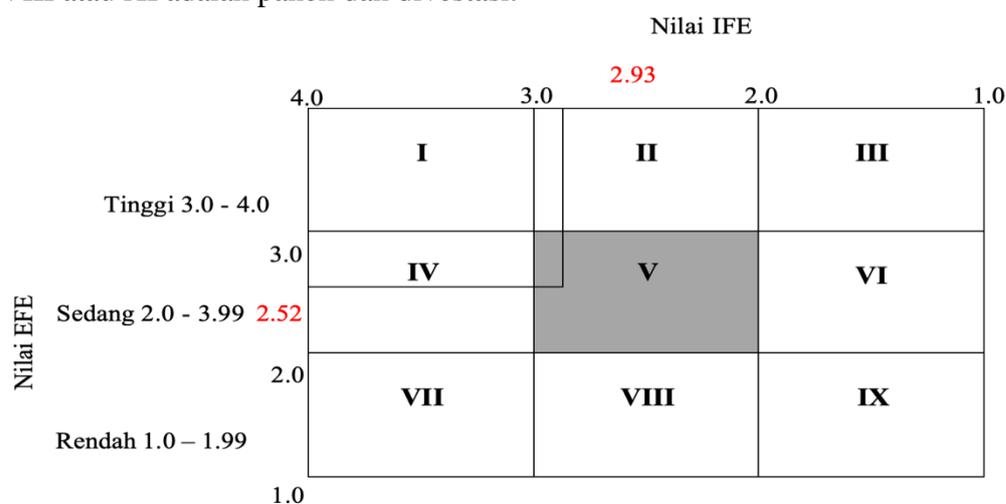
No	Faktor Penentu	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
A	Tingginya permintaan babi bali untuk babi guling	0.23	3	0.70
B	Berkembangnya keragaman kuliner di Bali	0.24	2	0.47
C	Berkembangnya pariwisata di Kabupaten Karangasem yang mampu menarik wisatawan	0.13	2	0.27
Sub Total Peluang				1.14

Ancaman				
A	Masuknya babi ras ke seluruh lapisan masyarakat di Bali menggantikan peranan babi bali sebagai penghasil daging	0.28	3	0.84
B	Minat generasi muda untuk beternak babi bali mulai berkurang	0.10	2	0.20
C	Persebaran virus penyakit seperti ASF (<i>African Swine Fever</i>) menyebabkan banyak ternak babi bali mati	0.02	2	0.04
Sub Total Ancaman		1.08		
Total		2.52		

Posisi usaha peternakan babi bali di Kabupaten Karangasem pada lahan kritis berada pada sel ke 5 dengan nilai EFI 2.93 dan nilai EFE 2.52.

Matriks IE

Matriks IE digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal pada usaha peternakan babi bali di lahan kritis di Kabupaten Karangasem. Matriks ini disusun dengan melihat total nilai EFI pada sumbu x dan EFE pada sumbu y. menurut (Putri, 2003) matriks IE memiliki 9 sel yang masing-masing memiliki konsekuensi alternatif strategi yang berbeda. Secara umum, matriks IE dibagi menjadi 3 kelompok alternatif strategi, yaitu : 1) devisi yang masuk ke dalam sel I, II, dan IV adalah tumbuh dan bina dengan alternatif strategi intensif (penetas pasar, pengembang pasar, dan pengembang produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal); 2) devisi yang masuk ke dalam sel III, V, atau VII adalah pertahankan dan pelihara dengan alternatif strategi berupa penetrasi pasar dan pengembangan produk; 3) devisi yang masuk ke dalam sel VI, VIII atau XI adalah panen dan divestasi.



Gambar 2 Matriks IE posisi usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem

Usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem berada pada sel ke 5 dengan nilai EFI 2.93 (Tabel 11) dan nilai EFE 2.52 (Tabel 12). Interpretasi nilai EFI dan EFE ini adalah usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem memiliki kondisi internal dan eksternal yang sedang, sel ke 5 pada matriks IE masuk ke dalam kelompok ke 2 yaitu devisa pertahankan dan pelihara dengan alternative strategi : penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Alternatif strategi

Alternatif strategi pemasaran usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem dirumuskan dengan menggunakan analisis SWOT. Faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperoleh dari hasil analisis internal dan eksternal usaha peternakan dan selanjutnya dikembangkan menjadi 4 jenis alternatif strategi yaitu: SO, WT, ST, dan WT. Adapun hasil analisis SWOT menghasilkan 4 alternatif.

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Babi bali tahan terhadap cekaman (pakan kualitas rendah dan lingkungan yang <i>extreme</i>) 2. Besarnya motivasi peternak dalam memelihara babi bali 3. Babi bali merupakan plasma nutfah asli bali 4. Permintaan babi bali tinggi, khususnya untuk kebutuhan upacara adat dan agama di bali 5. Kabupaten Karangasem merupakan sentra keberadaan peternakan babi bali di wilayah bali bagian timur 6. Kegiatan beternak babi bali sudah menjadi budaya yang mampu memberikan pedapatan tambahan bagi masyarakat di alahan kritis 7. Lahan yang tersedia untuk beternak luas 8. Cara pemeliharaan babi bali mudah 9. Minat peternak dalam mengembangkan usaha cukup tinggi 	<p>Weaknessess (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan peternak dalam memasarkan ternaknya masih rendah, peternak cenderung menunggu pembeli datang bukan mencari pembeli 2. Pertumbuhan babi bali lambat 3. Peternak hanya fokus pada manajemen pakan, sedangkan sektor manajemen pemasaran dan manajemen kesehatan kurang diperhatikan 4. Peternak sebagai <i>price taker</i> 5. Terbatasnya modal menyulitkan peternak dalam mengembangkan usahanya
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya permintaan babi bali untuk babi guling 2. Berkembangnya keragaman kuliner di Bali 3. Berkembangnya pariwisata di Kabupaten Karangasem yang mampu menarik wisatawan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas daging babi bali untuk tujuan ekspor daging babi lokal ke mancanegara. (S2,S4,S5,O1,O2,O3) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan pelatihan dan penyuluhan manajemen pemeliharaan ternak babi bali. (W3,O1) 2. Penyediaan layanan transaksi antar peternak dengan pelaku usaha kuliner. (W1,O1,O2) 3. Pemerintah menyediakan program festival ternak babi lokal. (W1,W2,W3,W4,W5,O1,O2,O3)
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masuknya babi ras ke seluruh lapisan masyarakat di Bali mengatikan peranan babi bali sebagai penghasil daging 2. Minat generasi muda untuk beternak babi bali mulai berkurang 3. Persebaran virus penyakit seperti ASF (<i>African Swine Fever</i>) menyebabkan banyak ternak babi bali mati 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah melaksanakan program pemuliabiakan ternak babi bali. (S2,S3,S4,S5,T1) 2. Melakukan pendampingan dan penyuluhan pentingnya beternak babi bali (S1,S2,S6,T2) 3. Memeperluas networking (S2,S3,T3) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan sosialisasi kepada peternak tentang pentingnya manajemen kesehatan. (W3,T3) 2. Menekan adanya monopoli perdagangan (W3,W4,W5,T1,T2,T4)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran yang diterapkan peternak babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem masih sederhana, peternak belum mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada.
2. Posisi usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem terletak pada kuadran V di dalam matriks IE, dengan kondisi internal dan eksternal berada pada posisi sedang.

3. Terdapat Sembilan rekomendasi alternatif pemasaran pada usaha peternakan babi bali pada lahan kritis di Kabupaten Karangasem, yaitu : 1) Meningkatkan eksistensi babi guling sebagai ikon kuliner Bali hingga mancanegara, kerjasama antara pemerintah dan pengembang pariwisata; 2) Pemerintah melaksanakan program pemuliabiakan ternak babi bali; 3) Melakukan pendampingan dan penyuluhan pentingnya beternak babi bali; 4) Memperluas networking; 5) Melaksanakan pelatihan dan penyuluhan manajemen pemeliharaan ternak babi bali; 6) Penyediaan layanan transaksi antar peternak dengan pelaku usaha kuliner; 7) Pemerintah menyediakan program festival ternak babi lokal; 8) Mengadakan sosialisasi kepada peternak tentang pentingnya manajemen kesehatan; 9) Menekan adanya monopoli perdagangan.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan serta fakta yang ada di lapangan terkait hasil penelitian ini dalam mempromosikan keberadaan babi bali sebagai plasma nutfah asli Indonesia yaitu:

1. Perlu dilakukan usaha pendampingan dan pelatihan seperti kegiatan praktek usaha tani berbasis digital untuk meningkatkan minat beternak pada generasi muda.
2. Perlunya pendampingan dilakukan oleh tenaga penyuluh untuk membantu memperbaiki sektor pemasaran babi bali di Kabupaten Karangasem pada lahan kritis.
3. Perlu adanya kerjasama dan dukungan antara instansi pemerintah, akademisi, dan para ahli terkhusus yang memahami tentang pemasaran babi bali. Selain itu pengembangan infrastruktur, pengembangan kemampuan dalam mengelola usaha peternakan, serta peningkatan sumber daya manusia dalam pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Udayana Prof. Dr. Ir. I Nyoman Gde Antara, M.Eng., IPU., Dekan Fakultas Peternakan Dr. Ir. I Nyoman Tirta Ariana, M.S, IPU. dan Koordinator Program Studi Sarjana Peternakan Dr. Ir. Ni Luh Putu Sriyani, S.Pt., MP., IPM., ASEAN Eng. atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I.W. dan Suastika, I.M. (2019) Melestarikan Tradisi dan Mengungkap Makna Aci Usaba Sumbu di Desa Pakraman Timbrah, Karangasem, Bali. 1 ed. Swasta Nulus. ISBN 978-602-5742-46-0.
- Budaarsa. K. 2012. Babi Guling Bali dari Beternak Kuliner hingga Sesaji. Penerbit Buku Arti, Denpasar.
- David, Fred R., 2015. Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Konsep, Edisi Kelima Belas, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- David, Fred.R. 2002. Manajemen Strategis: konsep. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Prenhallindo
- Putri, B. R. T. 2017. Manajemen Pemasaran Produk Peternakan. Swasta Nulus.Bali.
- Putri, B.R.T., Suparta, I.W, Sukmawati, N.M.S., dan Sumardani, N.L.G. 2021. Model Integrasi Peternakan Babi Bali di Lahan Marginal (Studi Kasus di Nusa Penida, Bali). Penerbit Buku : Swasta Nulus Denpasar-Bali.
- Sukanata, W. 2017. Diseminasi Hasil Kajian IPTEK Ternak Babi ,AITBI Fakultas Peternakan, Universitas Udayana .
- Suarna, I W., dan N.N. Suryani. 2014. Peluang dan Tantangan Pengembangan Ternak Babi Bali di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali. Prosiding Seminar 50 dan Lokakarya Nasional Ternak Babi. Fakultas Peternakan, Universitas Udayana. Denpasar.
- Suarna, I W. , N. N. Suryani. 2015. Peluang dan Tantangan Pengembangan Ternak Babi Bali di Kabupaten Gianyar Propinsi Bali. Majalah Ilmiah Peternakan.
- Suarna, W., Suryani,N.N., dan Trisnadewi,A.A.A.S. 2015. Plasma Nutfah Babi Bali Mutiara yang Terpendam. Jurnal Bumi Lestari. Volume 15 Nomor 2.
- Sukanata, I.W, Putri, B.R.T, Suciani. 2015. Analisis Pemasaran Babi Bali dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Petani di Daerah Miskin. Laporan Akhir Penelitian Hibah Unggulan Program Studi Fakultas Peternakan, Universitas Udayana.
- Sukanata, I.W., Putri, B.R.T., dan Suciani. 2018. Prefrensi Produsen Babi Guling Terhadap Bahan Baku. Majalah Ilmiah Peternakan. Volume 21 Nomor 2.
- Sumardani, N.L.G dan Ardika, I.N. 2016. Populasi dan Performa Reproduksi Babi Bali Betina di Kabupaten Karangasem sebagai Plasma Nutfah Asli Bali. Majalah Ilmiah Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana.
- Lestari, Widi. (2011). “Pengaruh Upah, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pada Industri Kecap di Kecamatan PatiKabupaten Pati”. Skripsi

Iskandar, I., dan Arfa'i. 2007. Analisis Program Pengembangan Usaha Sapi Potong di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat (Studi Kasus : Program Bantuan Pinjaman Langsung Masyarakat). Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.

Enny Susilowati M. dan Guruh Taufan. 2013. Pengembangan Jejaring Wirausaha dan Pembelajaran Eksploratif Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perekonomian Unit Usaha Kecil Menengah di Semarang.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang-Undang Anti Monopoli).

UU No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.