**Analisis Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler (*Gallus domesticus*) di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten jember**

**Mochammad Yasin1, Vany Afrilta Rahman2**

Universitas Islam Jember ,

my451n06@gmail.com

**ABSTRACT**

*Broilersare a type of superior breed resulting from crosses from types of chickens that have high productivity, especially in producing chicken meat. Jember Regency is the district for the highest broiler production. The purpose of this study was to determine the analysis of the marketing efficiency of broiler chickens (Gallus domesticus) in Sumberjambe District, Jember Regency. This method uses snowball sampling. The results of the analysis that has been carried out through the operational efficiency channel, channel III is said to be the most efficient channel for marketing broiler chickens in Sumberjambe District, Jember Regency by using marketing margin measurement tools, farmer's share, and marketing efficiency analysis.*

***Keywords****: efisiensi pemasaran, Ayam Broiler, margin pemasaran, farmer’s share*

# PENDAHULUAN

Ayam ras pedaging disebut juga ayam broiler yang merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari jenis ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam broiler adalah ayam tipe pedaging yang telah dikembangbiakan secara khusus untuk pemasaran secara dini. Peternakan ayam broiler memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan peternakan penghasil daging lainnya. Keunggulan itu diantaranya adalah siklus produksi yang singkat yaitu dalam waktu 4-6 minggu ayam broiler sudah dapat dipanen dengan bobot badan 1,5-1,56 kg/ekor dan tidak memerlukan lahan yang luas, sehingga lahan yang tersedia dapat dimanfaatkan secara efisien. Siklus produksi yang pendek inilah yang menjadi daya tarik bagi peternak karena perputaran modalnya relatif lebih cepat (Indriyo 2001).

Daging ayam broiler memiliki rasa yang khas dan enak, empuk serta mudah diolah, daging ayam memiliki protein yang tinggi namun, masa simpan daging ayam relatif pendek. Oleh karena itu, daging ayam tidak dapat disimpan dalam jangka waktu penyimpanan yang lama karena daging ayam cepat mengalami pembusukkan. Pada kegiatan pemasaran ayam broiler melibatkan saluran pemasaran yang cukup panjang. Biasanya melalui pedagang pengumpul, dijual agen ayam, kemudian dari agen dibeli oleh pedagang pedagang besar, lalu dijual

ke pedagang pengecer hingga ayam broiler tersebut sampai ke tangan konsumen rumah tangga sebagi konsumen akhir (Rahayu et al).

Kabupaten Jember terdiri dari 31 Kecamatan, Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember merupakan Kecamatan produksi ayam broiler paling tinggi dan dapat di jadikan sebagai sumberdaya ekonomi yang baik bagi masyarakat dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Sumberjambe Kabupaten jember memiliki produksi daging yang meningkat setiap tahun (Kabupaten Jember Dalam Angka 2019). Hal ini di karenakan semakin tingginya tingkat konsumsi terhadap ayam broiler serta peningkatan jumlah penduduk, perekonomian yang baik. Selain itu lokasi peternakan ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten jember jauh dari pemukiman masyarakat dan sistem perkandangan juga mengikuti perkembangan jaman sehingga tidak mengganggu aktifitas masyarakat sekitarnya dalam proses produksinya, selain itu dalam proses produksi sampai pasca panen tak lepas dari kendala pula yang di hadapi peternak di Kecamatan Sumberjambe antara lain yaitu mulai dari pengiriman DOC, obat-obatan serta pakan sering terlambat dalam proses pengiriman dan masalah paling sering di hadapi peternak yaitu ketidakpastian harga jual ayam yang masih diatur oleh lembaga pemasaran sehingga keuntungan peternak menurun, maka dari itu perlu adanya penambahan wawasan terhadap peternak yang di berikan oleh dinas peternakan dan PPL di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten jember.

Tujuan diadakan penelitian mengenai efisiensi pemasaran ayam boiler di Kecamatan Sumber Jambe adalah 1) Untuk mengetahui seberapa besar margin pemasaran ayam boiler di kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. 2) untuk mengetahui *farmer’s share* ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. 3) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe.

# METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember sampai bulan Maret 2020 di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember lokasi ditentukan secara *purposive* (sengaja). Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling*, Cara ini dipilih dikarenakan belum diketaui lembaga apa saja yang terlibat pada pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe. Lembaga pemasaran yang terlibat sebanyak 20 responden lembaga pemasaran. Jumlah sampel untuk masing-masing lembaga pemasaran adalah 10 responden peternak, 2 responden untuk pedagang pengumpul, 1 responden untuk pedagang besar, 7 responden untuk pedagang pengecer.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan perhitungan marjin pemasaran menggunakan rumus (Dalam Alhusniduki dalam Hikmatul dan Amanah, 2018) :

𝑀𝑃 = 𝑃𝑟 − 𝑃𝑓

Keterangan :

MP = Marjin pemasaran (Rp/Kg) Pr = Harga Konsumen (Rp/Kg) Pf = Harga Produsen (Rp/Kg)

Selanjutnya untuk mengetahui rasio antara harga ditingkat peternakan dan harga ditingkat konsumen akhir yang dinyatakan dalam presentase yang diterima petani menggunakan rumus (Dalam Alhusniduki dalam Hikmatul dan Amanah, 2018):

𝑆𝑃𝑓 = 𝑃𝑓 𝑥100%

𝑃𝑟

Keterangan :

SPf = Share di tingkat peternak (%) Pf = Harga ditingkat peternak

Pr = Harga ditingkat konsumen

Efisiensi pemasaran yaitu merupakan perbedaan tingkat efisiensi pemasaran menggunakan rumus (Dalam Alhusniduki dalam Hikmatul dan Amanah, 2018) :

𝑇𝐵𝑃

𝐸𝑝 = 𝑇𝑁𝑃 𝑥 100%

Keterangan:

Ep : Efisiensi pemasaran

TBP : Total biaya pemasaran (Rp/kg) TNP : Total nilai produk (Rp/kg).

Dengan kaidah keputusan :

0 – 30% = Efisien

34– 67% = Kurang Efisien

68 – 100% = Tidak Efisien

# HASIL DAN PEMBAHASAN

**Identifikasi Lembaga Pemasaran**

1. Perusahaan inti dalam peneliitian ini merupakan PT Charoen Pokphan, perusahaan ini bergerak dalam bisnis perunggasan yang menyediahkan DOC ayam broiler kepada peternak ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Perusahaan ini yang memiliki kendali dalam melakukan kegiatan pemasaran ayam broiler yang sudah di budididayakan oleh peternak

kemudian di salurkan ke pedagang pengumpul setelah ayam broiler siap di panen oleh peternak.

1. Pedagang pengumpul ialah pedagang yang mengambil ayam broiler langsung dari peternak setelah melalaui PT Charoen Pokphan. Pedagang pengumpul berasal dari daerah Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember dan sekitarnya.
2. Pedagang besar membeli ayam broiler dari pedagang pengumpul. Dalam penelitian ini yang dimaksud pedagang besar ialah agen ayam broiler yang menjual ayam hidup kepada pedagang pengecer. Pedagang besar tidak langsung datang mengambil ayam broiler ke pedagang pengumpul melainkan pedagang pengumpul yang mengantarkan pesanan ke pedagang besar.
3. Konsumen, untuk pembeli ayam broiler ini berasal dari berbagai berbagai daerah ada yang dari kecamatan Sumberjambe sendiri dan ada pula juga konsumen yang membeli ayam broiler dari luar Kecamatan Sumberjambe.

# Identifikasi Saluran Pemasaran

Serangkaian lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses menyalurkan atau mengalirkan barang atau jasa yang siap dikonsumsi kepada konsumen yang disebut dengan saluran pemasaran. Perusahaan inti yang dimaksud ialah PT. Charoen Pokphan. Kemudian ke pedagang pengumpul, pedagang pengumpul ke pedagang besar, lalu ke pedagang pengecer, sehingga sampai ke konsumen akhir.

Adapun pola saluran pemasaran yang terbentuk anatara lain :

1. Salauran pemasaran I : Peternak -Perusahaan Inti – Pedagang Pengumpul pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen.
2. Saluran pemasaran II : Peternak – Perusahaan Inti – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen.
3. Saluran pemasaran III : Peternak – Perusahaan Inti – Pedagang Besar – Konsumen.

# Margin Pemasaran Ayam Broiler

Perbedaan margin pemasaran dapat disebabkan karena adanya perbedaan penanganan dan perlakuan dalam mengalirkan produk. Perbedaan perlakuan yang terjadi menyebabkan perbedaan biaya-biaya pemasaran. Nilai margin pemasaran diperoleh dari penambahan biaya-biaya pemasaran dengan keuntungan yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran di setiap saluran pemasaran.

# Tabel 1. Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Saluran | Lembaga pemasaran | Harga Jual (Rp/Kg) | Harga Beli (Rp/Kg) | Margin Pemasaran |
| 1 | I | Perusahaan inti | 20.000 | 17.500 | 2.500 |
| Pengepul | 22.000 | 20.000 | 2.000 |
| Pedagang Besar | 25.000 | 23.000 | 2.000 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Pengecer | 28.000 | 25.000 | 3.000 |
| 2 | II | Perusahaan Inti | 20.000 | 17.500 | 2.500 |
| Pengepul | 25.000 | 20.000 | 5.000 |
| Pengecer | 28.000 | 22.000 | 6.000 |
| 3 | III | Perusahaan Inti | 20.000 | 17.500 | 2.500 |
| Pendagang besar | 25.000 | 20.000 | 5.000 |
| Total | 236.000 | 210.000 | 25.500 |

Pada saluran pemasaran I dan II terdapat perbedaan pada margin pemasaran yaitu pada pengepul dan pengecer yang mana perbedaan margin pemasaran yang signifikan, pada saluran pemasaran I pengepul memiliki jumlah margin pemasaran sebesar Rp 5.000, dan pengecer sebesar Rp 6.000, sedangkan pada saluran pemasaran II pengepul memiliki jumlah margin pemasaran sebesar Rp 2.000 dan pengecer sebesar Rp 3.000. Perbedaan margin pemasaran ini mengacu pada semakin pendek saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasaran yang di peroleh oleh peternak dan dimana para pelaku pemasaran juga mengambil keuntungan dengan melihat jauh dekatnya memasarkan ayam broiler tersebut, kebanyakan para pelaku pemasaran di Kecamatan Sumberjambe ini memasarkan hasil panenya ke kota dan sekitarnya.

**Analisis *Farmer’s Share***

# Tabel 2. Analisis *Farmer’s share* Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Saluran pemasaran** | **Harga Tingkat Peternak (Rp/Kg)** | **Harga Tingkat konsumen** | ***farmer’s share*(%)** |
| I | 17.500 | 28.000 | 62,5 |
| II | 17.500 | 28.000 | 62,5 |
| III | 17.500 | 25.000 | 70 |

Semakin tinggi nilai *farmer’s share* yang diperoleh maka menunjukan bahwa saluran pemasaran tersebut efisien. *Farmer’s share* terbesar pada salauran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember terdapat pada saluran III yakni sebesar 70 persen. Farmer’s share pada saluran I dan II yakni sebesar 6,25 persen.. Berdasarkan *farmer’s share* dapat dikatakan bahwa saluran yang paling efisien bagi peternak adalah saluran pemasaran III dengan nilai farmer’s share terbesar dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II. **Tabel 3. Biaya PemasaranPada Saluran Pemasaran I Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.**

|  |
| --- |
| Saluran Pemasaran I |
| Biaya transportasi tengkulak mengambil ke peternak | Rp 100.000/ Orang |
| Biaya tenaga kerja bongkar muat | Rp 100.000/ Orang |

|  |  |
| --- | --- |
| Biaya transportasi pengepul ke pedagang besar | Rp 100.000/ Orang |
| Biaya transportasi pedagang besar ke pengecer | Rp 100.000/ Orang |
| **Total** | **Rp 400.000,-** |
| **Total Biaya Pemasaran** | **RP 266,66-/Kg** |

# Tabel 4. Biaya PemasaranPada Saluran Pemasaran I Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

|  |
| --- |
| Saluran Pemasaran II |
| Biaya transportasi tengkulak mengambil kepeternak | Rp 100.000/ Orang |
| Biaya tenaga kerja bongkar muat | Rp 100.000/ Orang |
| Biaya transportasi pedagang besar ke pengecer | Rp 100.000/ Orang |
| **Total** | **Rp 300.000,-** |
| **Total Biaya Pemasaran** | **RP 200,-/Kg** |

**Tabel 5. Biaya PemasaranPada Saluran Pemasaran I Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.**

|  |
| --- |
| Saluran Pemasaran III |
| Biaya transportasi tengkulak mengambil ke peternak | Rp 100.000/ Orang |
| Biaya tenaga kerja bongkar muat | Rp 100.000/ Orang |
| **Total** | **Rp 200.000,-** |
| **Total Biaya Pemasaran** | **RP 133,33-/Kg** |

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa jumlah biaya yang di keluarkan untuk saluran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten jember. Pada saluran pemasaran I mengeluarkan biaya sebesar Rp 266,66,-/Kg, saluran pemasaran II mengeluarkan biaya sebesar Rp 200,-/Kg dan pada saluran Pemasaran III mengeluarkan Biaya sebesar Rp 133,33,-/Kg, sedangkan biaya pemanenan semua di tanggung oleh pemilik ternak.

Sesuai dengan rumus untuk menganalisis efisiensi pemasaran maka dihasilkan data sebagai berikut:

# Tabel 6. Biaya PemasaranPada Saluran Pemasaran I Ayam Broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Saluran Pemasaran** | **Efisiensi pemasaran (%)** |
| 1 | I | 9,52 |
| 2 | II | 7,14 |
| 3 | III | 5,33 |

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan persentase efisiensi pemasaran ayam broiler untuk mengetahui saluran yang paling efisien dari ke tiga saluran pemasaran tersebut. Pada saluran III nilai efisiensi pemasaran sebesar 5,33%, saluran I sebesar 9,52% dan saluran II sebesar 7,14%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga saluran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember tersebut sudah efisien, karena nilai efisiensi pemasarannya berada di antara 0 – 33%. Namun pada saluran diatas yang paling efisien berada pada saluran pemasaran ke-III, karena nilai efisiensinya paling kecil yaitu 5,33%. Hal ini dikarenakan pada saluran tersebut hanya terdapat dua lembaga pemasaran yaitu perusahaan inti dan pedagang besar.

# KESIMPULAN

1. Terdapat beberapa saluran pemasaran berdasarkan lembaga pemasaran:
	1. Saluran Pemasaran I : Peternak – perusahaan inti – pengumpul – pedagang pengecer – konsumen.
	2. Saluran pemasaran II : Peternak – perusahaan inti – pedagang pengumpul

– pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen.

* 1. Saluran pemasaran III : Peternak – perusahaan inti – pedagang besar – konsumen. Setiap lembaga pemasaran memiliki fungsi pemasaran yang berbeda-beda
1. Berdasarkan hasil nilai *farmer’s share* yang diperoleh maka menunjukan bahwa saluran pemasaran tersebut efisien.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalaui saluran efisiensi operasional, saluran III dikatakan sebagai saluran yang paling efisien untuk tujuan pemasaran ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember dengan menggunakan alat pengukuran margin pemasaran, *farmer’s share*, dan analisis efisiensi pemasaran. Saluran III memperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp 2.500 per kilogram. Nilai farmer’s share sebesar 70 persen dan nilai analisis efisiensi pemasaran sebesar 5,33 persen.

# SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan, saran yang dapat direkomendasikan bagi peternak ayam broiler di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember yaitu peternak maupun perusahaan inti dianjurkan menggunakan saluran pemasaran III, karena saluran pemasaran III merupakan saluran yang efisien untuk pemasaran ayam broiler dibandingkan dengan saluran I dan II. Jika peternak menjalankan strategi degan baik maka hasil yang akan di dapat akan maksimal

# DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Lubis,(2016*). Sistem tataniaga tandan buah segar di kecamatan wampu, kabupaten langkat, sumatera utara*,(Oline). ([http://ojs.uma.ac.id/index.php](http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica/article/view/545)

[/agrica/article/view/545.](http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica/article/view/545)), Di akses tanggal 15 Desember 2019.

Andriyono Kilat,2019. *Analisis efisiensi pemasaran ayam ras pedaging (broiler) pola kemitraan di kabupaten bengkulu selatan*.(Online). (<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/98333>.), di akses tanggal 5 Desember 2019.

*Annisa, Marzuki, Roessali,2015. Analisis pola saluran pemasaran dan marjin serta efisiensi pemasaran ayam broiler pada sistem kemitraan di kabupaten grobogan*,(Online). ([https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/aaj/](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/aaj/article/view/8521/8285) [article/view/8521/8285.](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/aaj/article/view/8521/8285)), di akses tanggal 5 Desember 2019.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember Dalam Angka 2019.(Online). [https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/5c8cae38308b77a3839](https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/5c8cae38308b77a38395111d/kabupaten-jember-dalam-angka-2019.html) [5111d/kabupaten-jember-dalam-angka-2019.html.](https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/5c8cae38308b77a38395111d/kabupaten-jember-dalam-angka-2019.html) Di akses tanggal 3 Desember 2019.

Badan pusat statistik Indonesia 2018.(online). ([https://www.bps.go.id/publication/](https://www.bps.go.id/publication/2018/07/03/5a963c1ea9b0fed6497d0845/statistik-indonesia-2018.html) [2018/07/03/5a963c1ea9b0fed6497d0845/statistik-indonesia-2018.html.](https://www.bps.go.id/publication/2018/07/03/5a963c1ea9b0fed6497d0845/statistik-indonesia-2018.html)), Di akses tanggal 3 Desember 2019.

Badan Pusat Statistik Kecamatan Sumberjambe Dalam Angka 2019.(Online). ([https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/09/27/d2c45a39799e1d6a5d](https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/09/27/d2c45a39799e1d6a5d57e04a/kecamatan-sumberjambe-dalam-angka-2019.html) [57e04a/kecamatan-sumberjambe-dalam-angka-2019.html.](https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/09/27/d2c45a39799e1d6a5d57e04a/kecamatan-sumberjambe-dalam-angka-2019.html)), Di akses tanggal 25 desember 2019.

Basuki, Elfitasari, Kukuh Pambudi Seto,2017*. Analisis efisiensi pemasaran ikan arwana (osteoglossum bicirrhosum) di provinsi jawa tengah tengah (magelang, ungaran, semarang),(Online). (*[https://ejournal3.undip.ac.id/in](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jamt/article/view/20427) [dex.php/jamt/article/view/20427](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jamt/article/view/20427).) Di akses tanggal 10 Desember 2019.

Eneng Mia Saptarini, Lilis Siti Badriah, Istiqomah Istiqomah,2019*. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Purbalingga*,(Online). ([http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/am](http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/4178/2330) [wal/article/view/4178/2330.](http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/4178/2330)), Di akses tanggal 10 Desember 2019.

Hamka, 2014. *Analisis efisiensi pemasaran telur ayam ras di CV. Cipta Aksara Kelurahan Kastela Kecamatan Kota Ternate Selatan*,(Online). ([https://www.ejournal.stipwunaraha.ac.id/index.php/AGRIKAN/article/vie](https://www.ejournal.stipwunaraha.ac.id/index.php/AGRIKAN/article/view/76) [w/76.](https://www.ejournal.stipwunaraha.ac.id/index.php/AGRIKAN/article/view/76)), Di akses tanggal 7 Desember 2019.

Henky Lisan Suwarno, (2006). *Sembilan fungsi saluran distribusi kunci pelaksanaan kegiatan distribusi yang efektif*. (Online). ([https://journal.mar](https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/227%29%2C%20di)

[anatha.edu/index.php/jmm/article/view/227), di](https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/227%29%2C%20di) akses tanggal 15 Desember 2019.

Hikmatul Lutfi`ah dan Amanah Lailatul Ikrimah,2019. *Efisiensi pemasaran alpukat di desa ranuyoso, kabupaten lumajang*, (Online). ([http://jurnal.un](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/AGRIBEST/article/view/1944/pdf_5) [muhjember.ac.id/index.php/AGRIBEST/article/view/1944/pdf\_5.](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/AGRIBEST/article/view/1944/pdf_5)),di akses tanggal 10 Desember 2019.

Munawar,2014. *Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Langsung Dan Tidak Langsung Terhadap Volume Penjualan Tekstil Di PT. Sari Warna Asli Karanganyar*,(Online). <http://eprints.ums.ac.id/31031/>. Di akses tanggal 15 Desember 2019.

Prastiwi, 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) (Studi Kasus: Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun)*,(Online). ([htt](http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9550) [p://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9550.](http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9550)), di akses tanggal 7 Desember 2019.

Rizka, 2018*. Analisis efisiensi dan faktor yang memengaruhi pilihan saluran pemasaran*,(online). ([https://mix.mercubuana.ac.id/media/227067-analisis-](https://mix.mercubuana.ac.id/media/227067-analisis-efisiensi-dan-faktor-yang-memen-e58c4f4b.pdf.%29%2C%20di) [efisiensi-dan-faktor-yang-memen-e58c4f4b.pdf.), di](https://mix.mercubuana.ac.id/media/227067-analisis-efisiensi-dan-faktor-yang-memen-e58c4f4b.pdf.%29%2C%20di) akses tanggal 15 Desember 2019.

Suwarno, 2010. *Sembilan fungsi saluran distribusi: kunci pelaksanaan kegiatan distribusi yang efektif*,(Online). ([https://journal.maranatha.edu/index.php/j](https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/227) [mm/article/view/227.](https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/227)), di akses tanggal 15 Desember 2019