

ANALISIS NILAI TAMBAH RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*) TELUR AYAM RAS

(Study kasus Di Desa Watudandang Kecamatan Prambon)

Agustin Sukarsono ¹⁾, Mohammad Rifa'i ²⁾¹⁾ Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA, agustystt@gmail.com²⁾ Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA, rivai9738@gmail.com**ABSTRAK**

Supply chain merupakan sebuah sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi dalam proses pendistribusian telur ayam ras dari mulai pembelian DOC, peternak, hingga dijual kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aliran produk, keuangan dan informasi dalam rantai pasok telur, menghitung nilai tambah yang diberikan oleh setiap mata rantai dalam rantai pasok telur, menganalisis mata rantai dengan nilai tambah terendah, untuk meningkatkan konektivitas. Untuk meningkatkan nilai tambah. Metode penelitian ini menganalisis nilai tambah dengan menggunakan metode deskriptif dan metode referensi cepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok telur ayam ras memiliki pelaku utama dan pelaku pendukung. Ketiga aliran rantai pasok telur ayam ras yaitu aliran barang, aliran uang dan aliran informasi di lokasi penelitian terlihat baik. peternak sebagai pelaku utama mata rantai yang memperoleh nilai tambah sebesar Rp 2.690.000 dari penjualan telur 210 kg telur. Pedagang besar memperoleh nilai tambah Rp 85.000 dari penjualan 100 kg telur. pedagang eceran 1 memperoleh nilai tambah Rp 45.000 dari penjualan 25 kg telur dan pedagang eceran 2 memperoleh nilai tambah Rp 13.000 dari penjualan 10 kg telur. Nilai tambah per kg dari peternak Rp 17.500, pedagang besar Rp 1.000 dan pedagang eceran 1 maupun pedagang eceran 2 Rp 2.000. yang membedakan antara pedagang eceran 1 & pedagang eceran 2 adalah nilai nominal yang di bebankan kepada konsumen, pedagang eceran 1 harga jual telur Rp 25.000 sedangkan pedagang eceran harga jual telur Rp 24.000.

Kata kunci: metode hayami, *Supply Chain*, Telur Ayam Ras

PENDAHULUAN

Industri perunggasan nasional merupakan salah satu andalan subsektor peternakan yang mempunyai peranan besar dalam perekonomian negara terutama sebagai penghasil bahan makanan protein tinggi, menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan nilai tambah hasil peternakan yang sangat signifikan. Usaha peternakan ayam petelur merupakan usaha yang dapat menghasilkan perputaran modal yang cepat dan harga telur yang relatif murah sehingga mudah terjangkau oleh lapisan masyarakat. Data statistik dinas peternakan priprinsi Jawa timur 2019 menyatakan bahwa populasi ayam ras petelur di Jawa Timur mulai tahun 2015 sampai 2018 menjadi populasi terbanyak di seluruh wilayah di Indonesia, dengan angka yang setiap tahunnya terus mengalami kenaikan dengan jumlah ternak ayam ras petelur berturut-turut.

Melihat keunggulan dan peluang peternakan ayam ras petelur, perlu adanya upaya pengembangan terkait dengan manajemen pemasaran supaya tidak terjadi pergegolakan harga yang rata-rata relatif tinggi dan ketidak samaan harga pada tingkat konsumen. Sepintas rantai pasok ternak terdiri dari beberapa mata rantai: peternak, distributor, pengecer, distributor makanan, confectioners, dan konsumen. Arus yang terlibat dalam rantai pasokan meliputi arus produk, arus informasi, dan arus keuangan. Konsep nilai tambah adalah nilai yang diciptakan oleh input fungsional yang dibutuhkan oleh produk. Input fungsional adalah proses dan jasa yang menambah utilitas dan nilai komoditas selama mengikuti arus komoditas peternakan.

Berdasarkan latar belakang di atas, kami dapat merumuskan beberapa masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Yaitu, apa saja produk, informasi dan arus keuangan yang terlibat

dalam rantai pasok ayam petelur di Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk? , berapa nilai tambah yang didapat?

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang memusatkan perhatian pada pemecahan masalah pada masa sekarang dan bertitik tolak pada data yang dikumpulkan, dianalisis serta disimpulkan dalam konteks teori-teori dari hasil penelitian terdahulu. Adapun pelaksanaan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *survei* yaitu metode yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi dari sejumlah responden melalui kuisioner sebagai alat pengumpul data dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel.

Data utama yang digunakan data primer dan data sekunder. Metode pengolahan dan analisis data mengenai rantai pasok (aliran produk, informasi dan keuangan) telur ayam ras menggunakan analisis deskriptif.

Nilai tambah pengolahan telur ayam ras pada analisis menggunakan memakai nilai tambah metode hayami. Perhitungan analisis nilai tambah menggunakan memakai Metode Hayami bisa dicermati dalam Tabel 1.

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No	Variabel	Satuan	Nilai
1	Harga beli bahan	Rp/Kg	1
2	Harga jual produk	Rp/Kg	2
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/Kg	$3 = (2-1)$
I. Output, Input dan Harga			
4	a. Output (Volume Penjualan)	Kg	4a
	b. Output (Nilai Penjualan)	Rp	4b
5	Bahan Baku Pokok	Rp	5
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	6
7	Faktor Konversi		$7 = (4b) / (5)$
8	Koefisien T. Kerja Langsung	Kg/HOK	$8 = (6) / (4a)$
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	9
II. Penerimaan dan Nilai Tambah			
10	a. Biaya Input Lain (Produksi)	Rp	10a
	b. Biaya Input Lain (Operasional)	Rp	10b
11	a. Nilai Tambah	Rp	$11a = (4b) - (5+10a+10b)$
	b. Rasio Nilai Tambah	%	$11b = (11a) / (4b)$
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
12	Margin	Rp	$12 = (4b) - 5$
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	$12a = (10a+10b) / (12) * 100\%$
	b. Keuntungan Perusahaan	%	$12b = (11a) / (12) * 100\%$

Sumber: Syarif 8Hidayat 2013

HASIL DAN PEMBAHASAN

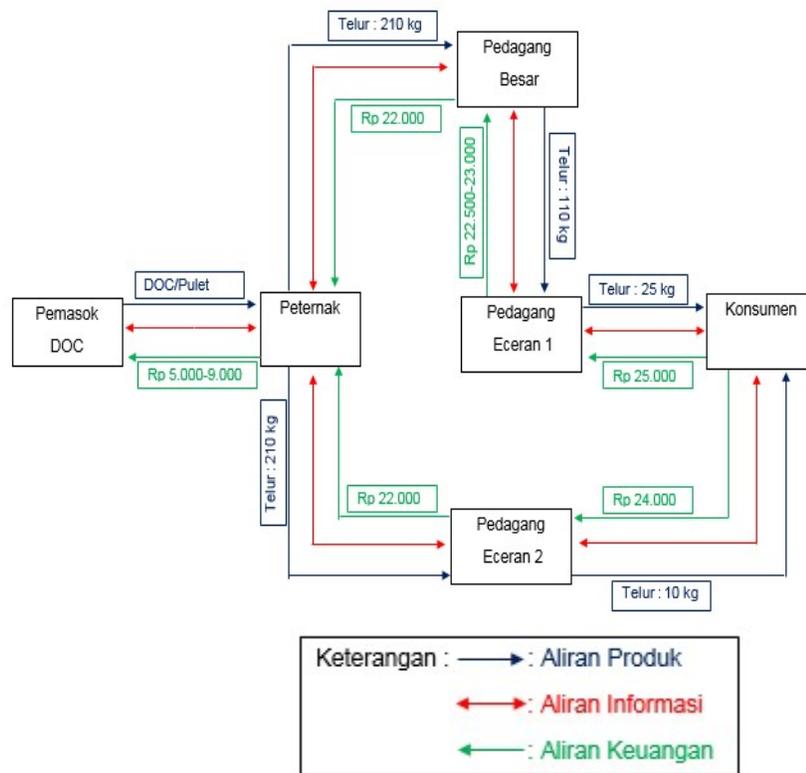
Hasil penelitian ini secara umum rantai pasok telur ayam ras yang ada di Desa Watudandang. Aliran rantai pasok tersebut terdiri dari dari pemasok (DOC) *Day Old Chick (supplier)*, peternak ayam petelur (*produsen*), pedagang besar telur ayam ras (*distributor*), pedagang eceran (*retailer*), dan konsumen.

Supplier telur ayam ras ini bertugas sebagai pemasok atau penyedia akan kebutuhan DOC ayam petelur untuk peternak ayam (produsen). Kebutuhan ayam petelur peternak didapatkan dengan cara membeli bibit ayam *Day Old Chick* (DOC), maka *supplier* ini terdiri dari penjualan pembibitan anak ayam petelur. Peternak tugas pokoknya bergerak dibidang melakukan pemeliharaan ayam sampai menghasilkan produk telur. kegiatan lain yang berhubungan dengan produksi telur ayam ras, pengadaan/penyaluran telur ayam ras yang halal sehat dan bermutu serta membantu dan menunjang kebijaksanaan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam menyediakan Protein Hewani (telur).

Pedagang besar mempunyai kegiatan utama yaitu membeli telur langsung dari peternak. Telur ayam ras yang telah dibeli pedagang besar selanjutnya akan dijual kepada pedagang eceran, warung makan, maupun langsung ke konsumen. Pengecer adalah agen pemasaran yang menjual kembali (tanpa modifikasi teknis) untuk berhubungan langsung dengan konsumen. Pengecer berada di garda depan proses manufaktur komersial. Dengan kata lain, keberlangsungan proses produksi yang dilakukan oleh produsen dan lembaga pemasaran sangat bergantung pada aktivitas ritel penjualan produk kepada konsumen..

Analisis Aliran Produk, Aliran Informasi, dan Aliran Keuangan Rantai Pasok Telur Ayam Ras.

Pada rantai pasok yang pertama ini, dari *supplier* bibit DOC tersebut langsung ke peternak ayam, hasil produk telur di salurkan pada pedagang besar langsung menjual telur ayam ras kepada pedagang eceran, dan dari pedangan eceran menjual kembali kepada konsumen. Rantai pasok tersebut dapat di lihat pada gambar 4.1



Gambar 4.1 : Diagram Alir Produk, Informasi, dan Keuangan Rantai Pasok Telur

a. Aliran produk

Arus material atau barang melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai. Aliran produk pada rantai pasok telur ayam ras di Desa watudandang merupakan aliran yang mengalir dari *hulu* (*upstream*) ke *hilir* (*downstream*). Ada 5 Pemain

yang terlibat dalam rantai pasok ini, yang pertama pemasok DOC kepada peternak. Dari total ayam peternak mampu menghasilkan telur sebesar 210 kg yang di distribusikan kepada pedagang besar masing-masing mendapat bagian sebesar 110 kg dan pedagang eceran 2 sebesar 10 kg. lalu pedagang besar mendistribusikan kepada pedagang eceran 1, masing-masing pedagang eceran 1 mendapat jumlah 25 kg. antara pedagang eceran 1 dan pedagang eceran 2 mendistribusikan telurnya kepada konsumen.

b. Aliran informasi

Aliran informasi yang terjadi dalam rantai telur ayam ras yang terdapat pada lokasi penelitian menunjukkan bahwa arus informasi atau komunikasi sudah terintegrasi dengan baik. Kegiatan komunikasi dilakukan melalui via telepon atau pada saat kedua belah pihak saling bertemu langsung. Aliran informasi merupakan aliran yang terjadi baik dari *hulu* ke *hilir* maupun sebaliknya dari *hilir* ke *hulu*. Hal yang terkait dengan informasi yang dibutuhkan pada pelaku rantai pasok ini diantaranya : jumlah DOC dan jumlah pendistribusian telur, jenis DOC, waktu pengiriman DOC, kualitas DOC dan kualitas telur, harga DOC dan harga telur.

c. Aliran keuangan

Aliran uang adalah gambaran aliran uang/modal yang berawal dari konsumen sebagai pembeli selanjutnya mengalir pada tiap mata rantai dan pada akhirnya akan sampai di produsen untuk digunakan sebagai biaya produksi. Aliran dana ini bersifat searah mulii dari dari *hilir* (*downstream*) ke *hulu* (*upstream*) artinya dana dihasilkan dari pertukaran dengan produk yang dibeli konsumen dengan melewati beberapa mata rantai, akhirnya akan diterima oleh produsen sebagai penukar dari produk yang dihasilkan. Proses pembayaran dilakukan melalui dua sistem, yaitu sistem tunai (*cash*) dan sistem transfer melalui bank. Pemasok DOC menjual bibit ayam kepada peternak sebesar Rp 5.000-9.000, peternak menjual telurnya kepada pedagang besar dan pedagang eceran 2 sebesar Rp 22.000. Lalu pedagang besar menjual telur kepada pedagang eceran 1 sebesar Rp 23.000 dan pedagang eceran 1 menjual telur kepada konsumen.

Aktifitas Pelaku Rantai Pasok.

Tabel 4.1 Aktivitas Pelaku Utama Rantai Pasok Telur Ayam Ras.

No	Pelaku utama Rantai pasok.	Aktivitas
1	Pemasok DOC	Penyedia bibit ayam petelur DOC yang di butuhkan oleh peternak.
2	Peternak	a. membeli sarana yang dibuhkan dalam pemeliharaan ayam ras petelur. b. Melakukan pemeliharaan terhadap ayam ras petelur hingga terciptanya produk telur yang bagus. c. Pemanenan telur. d. Sortasi telur yang layak di jual dan yang tidak layak.
3	Pedagang Besar	a. Sortasi telur dari peternak. b. Mengumpulkan dan membeli telur dari peternak. c. Menentukan harga telur baik itu dari peternak maupun dari pedagang eceran. d. Mendistribusikan telur kepada pedangang eceran.
4	Pedagang Eceran	a. Menerima distribusi telur dari pedang besar. b. Memilih telur yang sesuai dengan kriteria. c. Menjual telur ke konsumen.

Sumber : data diolah 2020

Tabel 4.2 Aktivitas Pelaku Pendukung Rantai Pasok Telur Ayam Ras

No	Pelaku pendukung rantai pasok	Aktivitas
1	Konsumen	a. Membeli produk dari pedagang eceran. b. Mengonsumsi telur.
2	Penyedia sarana produksi	Menyediakan alat untuk produksi seperti batrai kandang ayam, tray untuk wadah telur, mesin selep jagung, tempat pakan dan minum ayam, timbangan, serta ransum ayam.
3	Penyedia bahan penunjang	Menyediakan bahan penunjang seperti skrop, selang, kawat, lem pipa, dll.

Sumber: data diolah 2020

Analisis Nilai Tambah Hayami Mata Rantai Peternak Ayam Ras.

Tabel 4.3 Analisis Nilai Tambah Telur Ayam Ras Pada Tingkat Peternak di Desa watudandang.

No	Variable	Satuan	Peternak
1	Harga beli Bahan	Rp/kg	4.500
2	Harga jual Produk	Rp/kg	22.000
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/kg	17.500
I. Output, Input, dan Harga			
4	a. Output (volume penjualan)	Kg	210
	b. Output (nilai penjualan)	Rp	4620000
5	Bahan Baku Pokok	Rp	1890000
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	8
7	Faktor Konversi		2,44
8	Koefisien T. Kerja Langsung	Kg/HOK	0,045
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	40.000
II. Penerimaan dan Nilai Tambah			
10	a. Biaya Input lain (Produksi)	Rp	300.000
	b. Biaya Input lain (Operasional)	Rp	0
11	a. Nilai Tambah	Rp	2.430.000
	b. Rasio Nilai Tambah	%	0,58
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
12	Marjin	Rp	2730000
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	0,10
	b. Keuntungan perusahaan	%	0,985

Sumber : data diolah 2020

Analisis Nilai Tambah Hayami Mata Rantai Pedagang Besar.

Tabel 4.4 Analisis Nilai Tambah Telur Ayam Ras Pada Tingkat Pedagang Besar

No	Variable	Satuan	P.Besar
1	Harga beli Bahan	Rp/kg	22.000
2	Harga jual Produk	Rp/kg	23.000
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/kg	1.000
I. Output, Input, dan Harga			
4	a. Output (volume penjualan)	Kg	100

	b. Output (nilai penjualan)	Rp	2300000
5	Bahan Baku Pokok	Rp	2200000
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	5
7	Faktor Konversi		1,045
8	Koefisien T. Kerja Langsung	Rp/HOK	460000
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	25.000
II. Penerimaan dan Nilai Tambah			
10	a. Biaya Input lain (Produksi)	Rp	0
	b. Biaya Input lain (Operasional)	Rp	15.000
11	a. Nilai Tambah	Rp	85.000
	b. Rasio Nilai Tambah	%	0,036
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
12	Marjin	Rp	100000
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	0,15
	b. Keuntungan perusahaan	%	1,15

Sumber: data diolah 2020

Analisis Nilai Tambah Hayami Mata Rantai Pedagang Eceran 1.

Tabel 4.5 Analisis Nilai Tambah Telur Ayam Ras Pada Tingkat Pedagang Eceran 1

No	Variable	Satuan	P. Eceran
1	Harga beli Bahan	Rp/kg	23.000
2	Harga jual Produk	Rp/kg	25.000
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/kg	2.000
I. Output, Input, dan Harga			
4	a. Output (volume penjualan)	Kg	25
	b. Output (nilai penjualan)	Rp	625000
5	Bahan Baku Pokok	Rp	575000
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	8
7	Faktor Konversi		1,086
8	Koefisien T. Kerja Langsung	Rp/HOK	78125
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	25.000
II. Penerimaan dan Nilai Tambah			
10	a. Biaya Input lain (Produksi)	Rp	0
	b. Biaya Input lain (Operasional)	Rp	5.000
11	a. Nilai Tambah	Rp	45.000
	b. Rasio Nilai Tambah	%	0,072
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
12	Marjin	Rp	50000
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	0,1
	b. Keuntungan perusahaan	%	1,1

Sumber: data diolah 2020

Analisis Nilai Tambah Hayami Mata Rantai Pedagang Eceran 2.**Tabel 4.6 Analisis Nilai Tambah Telur Ayam Ras Pada Tingkat Pedagang Eceran 2.**

No	Variable	Satuan	P.Eceran2
1	Harga beli Bahan	Rp/kg	22.000
2	Harga jual Produk	Rp/kg	24.000
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/kg	2.000
I. Output, Input, dan Harga			
4	a. Output (volume penjualan)	Kg	10
	b. Output (nilai penjualan)	Rp	240000
5	Bahan Baku Pokok	Rp	220000
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	8
7	Faktor Konversi		1,090
8	Koefisien T. Kerja Langsung	Rp/HOK	30000
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	25.000
II. Penerimaan dan Nilai Tambah			
10	a. Biaya Input lain (Produksi)	Rp	0
	b. Biaya Input lain (Operasional)	Rp	1.000
11	a. Nilai Tambah	Rp	13.000
	b. Rasio Nilai Tambah	%	0,541
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
12	Marjin	Rp	20000
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	0,05
	b. Keuntungan perusahaan	%	1,05

Sumber: data diolah 2020.

Analisis Nilai Tambah Hayami Telur Ayam Ras Di Desa Watudandang

Perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami telur ayam ras di desa watudandang, Data yang dibutuhkan untuk menghitung nilai tambah pada peternak sapi yaitu jumlah telur yang dihasilkan tiap hari, jumlah pakan tiap hari, harga telur, harga *ransum*, jumlah tenaga kerja, dan upah rata-rata tenaga kerja. Analisis perhitungan nilai tambah telur ayam ras lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Perhitungan Nilai nilai tambah telur ayam ras di Desa Watudandang

No	Variable	Satuan	Peternak	P. Besar	P. Eceran 1	P. Eceran2
1	Harga beli Bahan	Rp/kg	4.500	22.000	23.000	22.000
2	Harga jual Produk	Rp/kg	22.000	23.000	25.000	24.000
3	Total Nilai Tambah per kg output	Rp/kg	17.500	1.000	2.000	2.000
I. Output, Input, dan Harga						
4	a. Output (volume penjualan)	Kg	210	100	25	10
	b. Output (nilai penjualan)	Rp	4.620.000	2.300.000	625.000	240.000
5	Bahan Baku Pokok	Rp	1.890.000	2.200.000	575.000	220.000
6	Tenaga Kerja Langsung	HOK	8	5	8	8
7	Faktor Konversi		2,44444444	1,04545455	1,0869565	1,0909091

8	Koefisien T. Kerja Langsung	Rp/HOK	0,00045714	0,05	0,32	0,8
9	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp	40.000	25.000	25.000	25.000
II. Penerimaan dan Nilai Tambah						
10	a. Biaya Input lain (Produksi)	Rp	300.000	0	0	0
	b. Biaya Input lain (Operasional)	Rp	0	15.000	5.000	7.000
11	a. Nilai Tambah	Rp	2.430.000	85.000	45.000	13.000
	b. Rasio Nilai Tambah	%	0,52597403	0,03695652	0,072	0,0541667
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi						
12	Marjin	Rp	2.730.000	100.000	50.000	20.000
13	a. Sumbangan biaya input lain	%	0,10989011	0,15	0,1	0,35
	b. Keuntungan perusahaan	%	0,89010989	0,85	0,9	0,65

Sumber: data diolah 2020.

Berdasarkan tabel 4.1 *output* (volume penjualan) peternak sebesar 210 kg, pedagang besar sebesar 100 kg, pedagang eceran 1 sebesar 25 kg dan pedagang eceran 2 sebesar 10 kg. sedangkan *output* (nilai penjualan) peternak sebesar Rp.4.620.000, pedagang besar sebesar Rp.2.30.000, pedagang eceran 1 sebesar Rp.625.000, pedagang eceran 2 sebesar Rp.240.000. untuk total bahan baku pokok pada tingkat peternak sebesar Rp 1.890.000, pedagang besar sebesar Rp.2.200.000, pedagang eceran 1 sebesar Rp.575.000, pedagang eceran 2 sebesar Rp.220.000 Faktor konversi yang didapat peternak nilainya adalah 2,4 Nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap proses produksi atau untuk setiap kg bahan baku (*ransum*), maka setelah diolah bisa menghasilkan 2.4 kg telur ayam. Pedagang besar sebesar 1.04 artinya nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap proses penjualan atau untuk setiap kg bahan baku, bisa menghasilkan 1 kg telur ayam. pedagang eceran 1 sebesar 1.08 nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap proses penjualan atau untuk setiap kg bahan baku, bisa menghasilkan 1 kg telur ayam dan pedagang eceran 2 sebesar 1.09 nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap proses penjualan atau untuk setiap kg bahan baku, bisa menghasilkan 1 kg telur ayam.

Untuk mendukung kegiatan proses kegiatan diperlukan adanya bahan tambahan, peternak untuk tambahan biaya dalam operasional sebesar Rp 300.000. pedagang besar tambahan biaya operasional sebesar Rp 15.000, pedagang eceran 1 tambahan biaya operasional sebesar Rp 5.000, pedagang eceran 2 tambahan biaya operasional sebesar Rp 7.000. Peternak sebagai Pelaku utama dalam rantai pasok yang memperoleh nilai tambah sebesar Rp 2.690.000 dari penjualan telur sebesar 210 kg telur. Sedangkan pedang besar sebaai pelaku rantai kedua memperoleh nilai tambah sebesar Rp 85.000 dari penjualan sebesar 100 kg telur. Sedangkan pedagang eceran 1 sebagai pelaku rantai pasok ketiga memperoleh nilai tambah sebesar Rp 45.000 dari penjualan 25 kg telur dan juga pedagang eceran 2 memperoleh nilai tambah Rp 13.000 dari penjualan 10 kg telur.

KESIMPULAN

Rantai pasok telur ayam ras di Desa Watudandang memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi. Dimana aliran produk mengalir dari penyedia (DOC) *Day Old Chick* – peternak - pedang besar - pedagang eceran - langsung dijual ke konsumen, aliran

produk di hasilkan mulai dari *hulu* ke *hilir*. Sedangkan aliran keuangan mengalir mulai dari *hilir* menuju ke *hulu*. Sedangkan aliran informasi mengalir dari *hulu* ke *hilir* maupun dari *hilir* ke *hulu*. Berdasarkan nilai tambah menggunakan metode hayami, Peternak memperoleh nilai tambah sebesar Rp 2.690.000 dari penjualan telur sebesar 210 kg telur. pedagang besar memperoleh nilai tambah sebesar Rp 85.000 dari penjualan sebesar 100 kg telur. pedagang eceran 1 memperoleh nilai tambah sebesar Rp 45.00 dari penjualan 25 kg telur dan juga pedagang eceran 2 memperoleh nilai tambah Rp 13.000 dari penjualan 10 kg telur.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D., & Nurmalina, R. (2018). Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Sayuran Organik dengan Pendekatan Supply Chain Operation Reference (SCOR).
- Ilham Hariadi, 2019. Strategi Rantai Pasok Untuk Menentukan Nilai Tambah Produk Olahan Makanan Kulit Sapi : Program Sarjana Teknik Industri Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Julian Adam Rijal, 2017. Analisis Nilai Tambah Program Sarjana Agribisnis Jember. Dapat dilihat di : <http://analisis-nilai-tambah-julian-adam-ridjal-ps-agribisnis-universitas-jember.html>.
- Maimun, 2009. Analisis Pendapatan Usaha Tani Dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik Dan Non Organik. Program Sarjana Manajemen Pertanian Agribisnis. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Marimin, Maghfiroh N. 2010. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen Rantai Pasok. bogor: IPB Pres
- Nina Hairiyah, R. Rizki Amalia, 2018. Analisis Nilai Tambah Pada Rantai Pasok Buah Naga Di Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. Prosiding SNRT (Seminar Nasional Riset Terapan)