

ANALISIS PEMASARAN KELENGKENG LOKAL “Kateki”

(Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang)

SKRIPSI

Oleh :

DHELLA ADELIA CAHYANI

220.010.32.059



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024

**ANALISIS PEMASARAN KELENGKENG LOKAL “Kateki”
(Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian (S-1)

Oleh :

DHELLA ADELIA CAHYANI

220.010.32.059



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2024

ABSTRAK

Dhella Adelia Cahyani (22001032059) Analisis Pemasaran Kelengkeng Lokal “Kateki” (Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang) Dosen Pembimbing: 1. Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP. 2. Dr. Dwi Susilowati, SP., MP.

Kelengkeng lokal Kateki merupakan produk dari perkebunan di Kabupaten Lumajang. Keunggulan buah Kelengkeng lokal Kateki yakni memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi. Buah Kelengkeng lokal Kateki telah dijadikan sebagai salah satu buah unggulan nasional. Peluang dalam mengembangkan industri dan pemasaran Kelengkeng masih sangatlah besar dan potensial. Salah satu peluangnya adalah permintaan akan Kelengkeng lokal Kateki ini masih terus meningkat. Hal ini didukung oleh banyaknya populasi atau penduduk Kabupaten Lumajang. Strategi pemasaran merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang di Perkebunan Kelengkeng Milik Bapak Suwardi, sebagai perkebunan yang mempunyai visi dan misi sudah seharusnya merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha pemasaran hasil produksi kelengkeng.

Pemasaran Kelengkeng lokal kateki di Desa Jokarto Kecamatan Tempeh melibatkan 3 pelaku pemasaran diantaranya adalah produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat adalah agen, pedagang besar dan pengecer. Terlibatnya 3 lembaga pemasaran tersebut menciptakan adanya pola pemasaran yang berbentuk saluran pemasaran berbeda. Berbedanya saluran pemasaran menjadikan distribusi share perolehan menjadi variatif pula. Petani sebagai produsen berdasarkan harga jual kelengkeng terdapat perbedaan harga. Kepada konsumen akhir kelengkeng dijual seharga Rp45.000-Rp50.000 per kilogram sedangkan diluar itu petani menjualkan kelengkeng seharga Rp30.000 per kilogramnya.

Perkebunan Kelengkeng lokal Kateki milik Bapak Suwardi yang berada di Kabupaten Lumajang, dalam menjalankan kegiatan industri perkebunan Kelengkeng Bapak Suwardi juga melakukan kegiatan pemasaran sendiri dari produk yang dihasilkan. Dalam hal produksi Bapak Suwardi hanya memasarkan hasil produksinya masih dikawasan Jawa Timur saja. Dalam proses produksi Kelengkeng juga mengalami beberapa hambatan dalam proses pemasarannya antara lain yang menjadi hambatan perdagangan Kelengkeng adalah karakteristik produk pertanian yang mudah rusak, fluktuatif harga yang tinggi dan banyaknya buah impor yang masuk.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk menggambarkan pola saluran pemasaran buah Kelengkeng Lokal Kateki pada Perkebunan Kelengkeng milik Bapak Suwardi. 2) Untuk menganalisis efisiensi Pemasaran Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2023 di Perkebunan Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi yang berlokasi di Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan cara sengaja (*Purposive*) dengan beberapa pertimbangan yaitu perkebunan Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi ini menjadi salah satu pelopor bangkitnya petani buah di Kabupaten Lumajang. menurut (Handayani, 2020) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki cirri sama, bias berupa individu dari suatu kelompok,

peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani kelengkeng yang berada di Desa Jokarto. Petani kelengkeng di Desa Jokarto teridentifikasi hanya ada 1 petani yakni Bapak Suwardi sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pengambilan dari sejumlah 1 petani. Sedangkan pedagang tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik snowball sampling. Metode analisis data dilakukan melalui deskriptif kuantitatif.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan tentang Analisis Pemasaran Kelengkeng Lokal “Kateki” (Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran Kelengkeng Lokal “Kateki” terdapat 2 saluran pemasaran yakni :
 - Saluran Pemasaran I (Petani – Pedagang Tengkulak – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir)
 - Saluran Pemasaran II (Petani – Konsumen Akhir)
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh marjin total pemasaran saluran pemasaran I sebesar 21.875 untuk buah kelengkeng grade A dan 24.125 untuk grade B. Sedangkan, saluran pemasaran II memiliki marjin total sebesar 0 baik untuk buah kelengkeng grade A maupun B. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Farmer’s Share $\geq 40\%$. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua saluran pemasaran pada dasarnya telah efisien. dilihat kriteria untuk dapat dikatakan efisien adalah apabila nilai EP $< 5\%$ dan tidak efisien jika nilai EP $> 5\%$ sehingga diketahui berdasarkan Tabel 8 bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilainya $< 5\%$ baik buah kelengkeng grade A maupun grade B. Berdasarkan hasil analisis nilai efisiensi pemasaran menunjukkan $< 5\%$ baik buah kelengkeng grade A maupun B. dilihat kriteria untuk dapat dikatakan efisien adalah apabila nilai EP $< 5\%$ dan tidak efisien jika nilai EP $> 5\%$ sehingga diketahui berdasarkan hasil analisis pada Tabel 8 bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilainya $< 5\%$ baik buah kelengkeng grade A maupun grade B.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan tulisan skripsi yang berjudul:

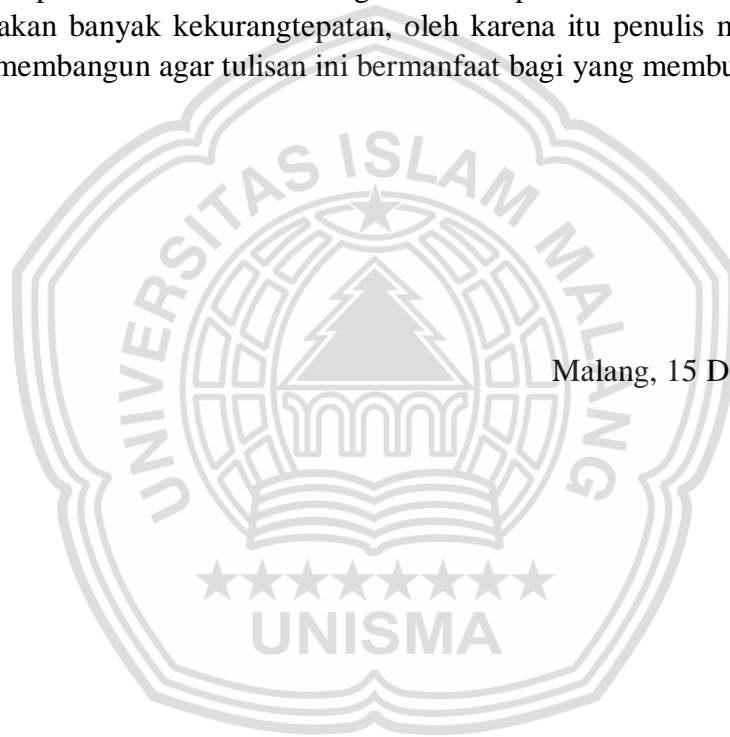
ANALISIS PEMASARAN KELENGKENG LOKAL “Kateki” (Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang)

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi informasi terkait dengan proses pemasaran kelengkeng lokal, saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran pada komoditas kelengkeng lokal kateki di Kabupaten Lumajang.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 15 Desember 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	i
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
RINGKASAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Batasan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori.....	5
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Berpikir.....	24
2.4. Hipotesis.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian.....	27
3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	27
3.3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5. Metode Analisis Data.....	28
3.6. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel (DOV).....	33

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

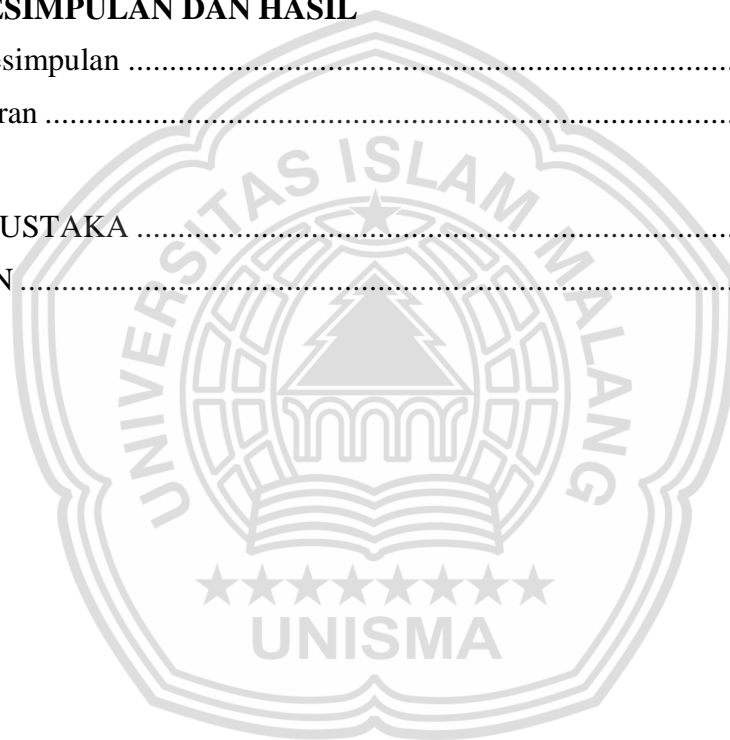
4.1.	Hasil Penelitian.....	36
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	42
4.2.1.	Saluran Pemasaran Kelengkeng di Desa Jokarto	42
4.2.2.	Analisis Margin, Biaya, dan Keuntungan	46
4.2.3.	Analisis Integrasi Pasar.....	51
4.2.4.	Analisis Elastisitas Transmisi Harga	53

BAB V. KESIMPULAN DAN HASIL

5.1.	Kesimpulan	55
5.2.	Saran	55

DAFTAR PUSTAKA	57
----------------------	----

LAMPIRAN.....	61
---------------	----





BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian terdiri dari berbagai sub sektor yang meliputi sub sektor tanaman pangan, sub sektor hortikultura, sub sektor perikanan, sub sektor peternakan, dan sub sektor kehutanan. Salah satu sub sektor pertanian yang saat ini banyak di geluti masyarakat yaitu sub sektor hortikultura. Sebagai salah satu subsektor pertanian dalam pertanian, hortikultura memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan daerah (Reza & Hamida, 2022). Tanaman hortikultura juga memiliki peran penting terhadap pendapatan petani, perdagangan, dan bahkan penyerapan tenaga kerja (Wahyudie, 2020). Salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan di Indonesia adalah buah Kelengkeng lokal Kateki.

Perkembangan produksi komoditas hortikultura di Kabupaten Lumajang beragam dan fluktuatif. Beragam Kecamatan di Kabupaten Lumajang memiliki potensinya tersendiri, ada kecamatan yang menjadi sentra produksi komoditas tertentu, hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian masih menjadi salah satu dalam penyumbang pendapatan Kabupaten Lumajang. Komoditas hortikultura khususnya buah-buahan sebagai salah satu yang memiliki peran cukup besarkarena masih banyak diusahakan baik dalam skala besar maupun rumah tangga oleh petani di Kabupaten Lumajang.

Kelengkeng lokal Kateki merupakan produk dari perkebunan di Kabupaten Lumajang. Tanaman Kelengkeng lokal Kateki memiliki tekstur daging yang tebal, rasa yang manis, serta ukuran bijinya kecil dan tidak banyak mengandung air, buah ini memiliki kualitas yang baik dan tidak kalah dengan Kelengkeng impor. Daging buah kelengkeng mengandung banyak zat gizi yang penting untuk kesehatan dan kesegaran tubuh karena mengandung sukrosa, glukosa, protein (nabati), lemak, vitamin A, vitamin B dan asam tartarik yang berguna bagi kesehatan.

Kelengkeng lokal Kateki memiliki keunikan tersendiri dibandingkan buah-buahan yang lain dimana buah ini berbuah tidak tergantung musim, tetapi dengan melakukan teknik pemboosteran. Teknik booster adalah teknik perangsang tumbuhnya bunga bakal calon buah dengan menggunakan pupuk yang

mengandung unsur N, P, K. Keunggulan buah Kelengkeng lokal Kateki yakni memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi. Buah Kelengkeng lokal Kateki telah dijadikan sebagai salah satu buah unggulan nasional.

Peluang dalam mengembangkan industri dan pemasaran Kelengkeng masih sangatlah besar dan potensial. Salah satu peluangnya adalah permintaan akan Kelengkeng lokal Kateki ini masih terus meningkat. Hal ini didukung oleh banyaknya populasi atau penduduk Kabupaten Lumajang. Strategi pemasaran merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang di Perkebunan Kelengkeng Milik Bapak Suwardi, sebagai perkebunan yang mempunyai visi dan misi sudah seharusnya merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha pemasaran hasil produksi kelengkeng.

Aktivitas pemasaran sesungguhnya merupakan suatu sistem agribisnis yang dimulai dari penyediaan sarana produksi pertanian (subsistem input), usahatani (on farm), pemasaran dan pengolahan hasil pertanian, serta subsistem penunjang (penelitian, penyuluhan, pembiayaan/kredit, intelegen pemasaran atau informasi pemasaran, kebijakan pemasaran) (Sitinjak & dkk, 2023). Adapun tujuan dari pemasaran yaitu menjembatani apa yang diinginkan produsen dan konsumen dalam melengkapi proses produksi. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi (Kotler, 2009).

Pemasaran Kelengkeng lokal kateki di Desa Jokarto Kecamatan Tempeh melibatkan 3 pelaku pemasaran diantaranya adalah produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat adalah agen, pedagang besar dan pengecer. Terlibatnya 3 lembaga pemasaran tersebut menciptakan adanya pola pemasaran yang berbentuk saluran pemasaran berbeda. Berbedanya saluran pemasaran menjadikan distribusi share perolehan menjadi variatif pula. Petani sebagai produsen berdasarkan harga jual kelengkeng terdapat perbedaan harga. Kepada konsumen akhir kelengkeng dijual seharga Rp45.000-Rp50.000 per kilogram sedangkan diluar itu petani menjualkan kelengkeng seharga Rp30.000 per kilogramnya.

Perkebunan Kelengkeng lokal Kateki milik Bapak Suwardi yang berada di Kabupaten Lumajang, dalam menjalankan kegiatan industri perkebunan

Kelengkeng Bapak Suwardi juga melakukan kegiatan pemasaran sendiri dari produk yang dihasilkan. Dalam hal produksi Bapak Suwardi hanya memasarkan hasil produksinya masih dikawasan Jawa Timur saja. Dalam proses produksi Kelengkeng juga mengalami beberapa hambatan dalam proses pemasarannya antara lain yang menjadi hambatan perdagangan Kelengkeng adalah karakteristik produk pertanian yang mudah rusak, fluktuatif harga yang tinggi dan banyaknya buah impor yang masuk.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi pada uraian latar belakang maka dapat menjadi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran buah Kelengkeng lokal Kateki pada Perkebunan Kelengkeng milik Bapak Suwardi?
2. Bagaimana efisiensi Pemasaran Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Menggambarkan pola saluran pemasaran buah Kelengkeng Lokal Kateki pada Perkebunan Kelengkeng milik Bapak Suwardi.
2. Menganalisis efisiensi Pemasaran Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi.

1.4. Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah yang ada dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan di Perkebunan Kelengkeng Lokal Kateki milik Bapak Suwardi di Desa Jokarto, Kecamatan Tempeh, Kabupaten Lumajang.
2. Komoditas yang menjadi objek penelitian yaitu Buah Kelengkeng Lokal Kateki.
3. Penelitian yang dilakukan dalam satu kali proses pemanenan pada bulan November 2023.
4. Peneliti memfokuskan pada analisis pemasaran dalam proses pemasaran buah Kelengkeng lokal Kateki.

5. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Perkebunan Kelengkeng lokal Kateki dan Lembaga Pemasaran.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pemilik Perkebunan Kelengkeng lokal Kateki diharapkan dapat menjadi sumber informasi sekaligus sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha perkebunan.
2. Bagi pemerintah daerah maupun lembaga instansi yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan bias menjadikan informasi bahwa buah Kelengkeng Lokal lebih sehat tanpa bahan pengawet dibandingkan dengan Kelengkeng Impor yang sudah dikasih bahan pengawet, sehingga penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijakan terutama pengembangan perkebunan khususnya di Kabupaten Lumajang.
3. Bagi peneliti diharapkan bias menjadi bahan literature sebagai referensi dalam penulisan kepustakaan dan menambah wacana pengetahuan mengenai Pemasaran Buah Kelengkeng lokal Kateki.

1.5.2. Output Penelitian

Adapun output penelitian ini adalah artikel yang diterbitkan pada jurnal bereputasi nasional.

BAB V. KESIMPULAN DAN HASIL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan tentang Analisis Pemasaran Kelengkeng Lokal “Kateki” (Studi Kasus Bapak Suwardi Desa Jokarto Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

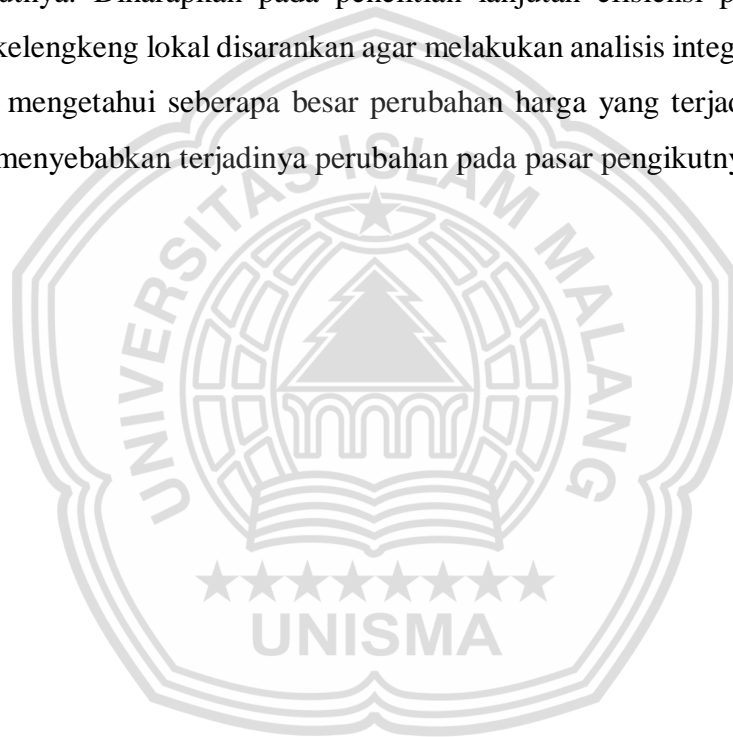
1. Saluran pemasaran Kelengkeng Lokal “Kateki” terdapat 2 saluran pemasaran yakni :
 - Saluran Pemasaran I (Petani – Pedagang Tengkulak – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir).
 - Saluran Pemasaran II (Petani – Konsumen Akhir).
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh marjin total pemasaran saluran pemasaran I sebesar 21.875 untuk buah kelengkeng grade A dan 24.125 untuk grade B. Sedangkan, saluran pemasaran II memiliki marjin total sebesar 0 baik untuk buah kelengkeng grade A maupun B. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Farmer’s Share $\geq 40\%$. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua saluran pemasaran pada dasarnya telah efisien. Berdasarkan hasil analisis nilai efisiensi pemasaran menunjukkan $< 5\%$ baik buah kelengkeng grade A maupun B. dilihat kriteria untuk dapat dikatakan efisien adalah apabila nilai EP $< 5\%$ dan tidak efisien jika nilai EP $> 5\%$ sehingga diketahui berdasarkan hasil analisis pada Tabel 8 bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilainya $< 5\%$ baik buah kelengkeng grade A maupun grade B.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka ada beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi Petani, tidak bergantung kepada hanya beberapa tengkulak dan memperbanyak mencari informasi pasar untuk menjual usahataniya. Selain itu, dengan besarnya keuntungan pemasaran petani dapat melakukan beberapa inovasi pemasaran seperti dengan membuat kemasan untuk kelengkeng bisa dijual ke super market untuk menasar pada konsumen kelas atas.

2. Melakukan pengembangan usaha dengan konsep agrowisata kelengkeng sehingga nantinya pemasaran tidak hanya terfokus pada penjualan buah kelengkeng tetapi juga pada kunjungan wisata. Pengunjung yang awalnya hanya membeli kelengkeng akan tertarik untuk berkunjung ke kebun pula yang nantinya akan memberikan keuntungan tambahan.
3. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya. Diharapkan pada penelitian lanjutan efisiensi pemasaran buah kelengkeng lokal disarankan agar melakukan analisis integrasi pasar untuk mengetahui seberapa besar perubahan harga yang terjadi dipasar yang menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. N., Slamet, W., & Kusmiyati, F. (2017, Oktober). Efektivitas pelapisan benih kelengkeng (*Dimocarpus longan* Lour.) menggunakan kombinasi jenis bahan pelapis dengan ekstrak biji selasih dan wadah simpan berbeda. *J. Agro Complex*, *1*(3), 85-93. doi: <https://doi.org/10.14710/joac.1.3.85-93>
- Anshori, M. F., & Nurohman, D. (2022, Mei). Efektivitas Penyediaan Internet Desa Untuk Peningkatan Promosi Umkm Di Temenggungan UdanawuBlitar. *JCI (Jurnal Cakrawala Ilmiah)*, *1*(9), 2245-2258.
- Awaliyah, F., & Saefudin, B. R. (2020, April). Efisiensi Pemasaran Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, *3*(1), 1-11.
- Barrett CB, Li JR. 2002. Distinguishing between equilibrium and integration in spatial price analysis. *Am J Agric Econ*. 84:292-307
- Daniar, A., Marta, R. F., & Sampurna, A. (2020, September). Menelusuri Identitas Merek Kain Tenun Noesa Melalui Total Branding Di Media Daring. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, *3*(1), 77-88. doi:10.17933/diakom.v3i1.105
- Daniel, M. (2002). *Pengantar Ekonomi Pertanian* (cetakan pertama ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Dewi, N., 2017. Analisis Struktur Perilaku Dan Penampilan Pasar Karet (Structure Conduct Performance) Di Riau. *UNES Journal of Agricultural Scienties*, Volume 1, pp. 46-57.
- Dyana, S., 2019. *Cara Cepat Menguasai Ekonomi SMA/MA*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara.
- Fatimah, H., 2019. Analisis Pemasaran Emping Melinjo Di Kabupaten Sukoharjo. *AGRISTA*, Volume 7(3), pp. 303-312.
- Firdaus, R. A., 2023. Praktik Pada Pasar Monopoli dan Monopsoni. *Diversity (Jurnal Ilmiah Pascasarjana)*, Volume 03(01), pp. 35-45.
- Gultom, H. (1996). *Tataniaga Pertanian*. Medan: USU – Press.

- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hastuti, Diah Retno Dwi. (2017). "Ekonomika agribisnis (teori dan kasus)". Irawan, B. (n.d.). *Agribisnis Holtikultura: Peluang dan Tantangan dalam Era Perdagangan Bebas. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor*.
- IFPRI (Internasional Food Policy Research Institute). 2019. Price Transmission Analysis.
- Januarsah, I., Jubi, Inrawan, A., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt Pp London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FINANCIAL*, 5(1), 32-39.
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. (2018, Juli). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di CV. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA*, 6(3), 1748-1757.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta.
- Lahopang, Y., Katiandagho, T. M., & Mandei, J. R. (2022). Rantai Pemasaran Kangkung Di Desa Tateli Satu Kecamatan Mandolang Kabupaten Minahasa. *Agrirud*, 4(1), 123-132.
- Lawalata, M., & Imimpia, R. (2020, April). Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Produk Agroindustri Kelapa (cocos nucifera L.) Pada Perusahaan Wootay Coconut. *Agrica (Jurnal Agribisnis Sumatera Utara)*, 13(01), 66-80.
- Maulana, A., F. & Safarida, N., 2021. Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM(Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, Volume 3(2), pp. 173-198.
- Mukaromah, N. F., 2020. Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Volume 4(2), pp. 01-16.
- Nuriati, N. K. (2018). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10 (2), 512-522. doi: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20096>

- Putra, M. A. (2023, Juli). Analisis Bauran Distribusi Pada PT. Dakota Cabang Indragiri Hulu Provinsi Riau (Studi Kasus Pada Produk MPASI). *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(4), 175-182.
- Raharjo, T. W., & Rinawat, H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing Umkm Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Rahmawati, A., & Chusnah, M. (2021). *Saluran Pemasaran Ubi (Ipomoea batatas) di Sub Terminal Agrobisnis Ngoro (1 ed.)*. Jombang - Jawa Timur:Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbunallah.
- Reza, M., & Hamida, R. (2022, Juli). Optimalisasi Pemasaran Tanaman Olerikultura (Kasus Pada Pemasaran Cabai Besar di Kota Payakumbuh). *Menara Ilmu*, 16(2), 54-62.
- Romario, Y. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Paprika Di Desa Candikuning Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. In *Tesis*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Saputro, A., Mu'min, S., Lutfi, M., & Putri, H. (2022). Deep Transfer Learning Dengan Model Arsitektur Vgg16 Untuk Klasifikasi Jenis Varietas Tanaman Lengkung Berdasarkan Citra Daun. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 609-614.
- Sauli, M. (2022). Pengaruh Media Tanam Sekam Padi dan Pupuk Kandang Ayam Pedaging Terhadap Perkecambahan Benih Awal Pembibitan Tanaman Kelengkeng (*Dimocarpus longan lour*). In *Skripsi* (p. 4). Riau: Universitas Islam Riau.
- Sibuea, M. B., Lestari, A., Ahmad, F., & Nasution, N. (2021, April). Supply Chain Analysis Of Copra (Empirical Study in North Sumatra and Aceh). *JASc (Journal Of Agribusiness Sciences)*, 04(02), 53-57.
- Simorangkir, N. C., & Rosiana, N. (2022, Juni). Analisis Efisiensi PemasaranKopi Robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(1), 113-125.
doi:<https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125>
- Sitinjak, W., & dkk. (2023). *Pemasaran & Tata Niaga Pertanian*.

- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarni, B., 2022. Analisis Struktur Pasar Komoditas Bawang Merah. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, Volume 01(01), pp. 01-07.
- Suminartika, E., & Djuanalina, I. (2017). Efisiensi Pemasaran Beras Di Kabupaten Ciamis Dan Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(1), 13-28.
- Taufiqurrahman, M., 2020. Struktur Pasar Monopolistik. *Umsida*, pp. 1-18.
- Usman, H. (2006). *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan* (Vol. 1). Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyudie, T. (2020). Pengelolaan Komoditas Hortikultura Unggulan Berbasis Lingkungan. *Forum Pemuda Aswaja*.
- Wowiling, C. C., Pangemanan, L. R., & Dumais, J. N. (2018, September). Analisis Pemasaran Jagung Di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 14(3), 305 – 314.
- Zamili, S., Chaerani, D. S., & Gusriati. (2019). Marjin Dan Efisiensi Pemasaran Kopra Di Kecamatan Hibala, Aran Kopra Di Kecamatan Hibala,. *UNES Journal-Mahasiswa Pertanian (UJMP)*, 3(2), 145 - 156.