

Analisis Margin Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L*) di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun

Futra Natanael Saragih^{*}), Fitri Kurniawati, Dimas Deworo Puruhito

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

^{*}Email Korespondensi : futranatanaelsaragih@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran serta margin pemasaran cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran yang lebih efisien serta besarnya margin pemasaran yang di peroleh oleh setiap lembaga pemasaran dalam rantai distribusi cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mencakup survei dan wawancara terhadap petani dengan pedagang. Data yang di kumpulkan meliputi harga cabai merah di tingkat petani dan di tingkat konsumen. Selain itu, data juga meliputi biaya pemasaran dan keuntungan yang di peroleh masing-masing pelaku dalam sistem pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai struktur pasar cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, guna membantu petani dalam meningkatkan efisiensi pemasaran serta menjadi dasar bagi perumusan kebijakan yang mendukung stabilitas harga dan kesejahteraan petani.

Kata Kunci: Analisis margin pemasaran, saluran pemasan, stabiitas harga, cabai merah, Desa Saribudolok.

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pertanian bertujuan untuk meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan serta mendukung industri dalam negeri. Selain itu, pembangunan ini juga berfokus pada peningkatan ekspor, peningkatan pendapatan petani, perluasan lapangan kerja, serta mendorong pemerataan peluang usaha (Asnawi, 2017)

Hortikultura merupakan salah satu komoditas tanaman pertanian yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional, meningkatkan pendapatan negara, serta dapat dikembangkan secara luas (Zamili et al., 2023)

Salah satu komoditas hortikultura yang mendapat perhatian khusus untuk dikembangkan adalah cabai merah. Cabai merah (*Capsicum Annum L*) merupakan jenis sayuran yang cukup diminati oleh konsumen. Dengan berkembangnya industri pangan nasional, cabai menjadi salah satu bahan baku yang dibutuhkan dan banyak dibudidayakan oleh produsen dalam berbagai skala usaha pertanian (Antriyandarti & Ani, 2015)

Cabai tidak hanya digunakan sebagai sayuran atau bumbu masak, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan petani, menjadi bahan baku industri, memiliki potensi ekspor, menciptakan lapangan kerja, serta menjadi sumber vitamin. Secara umum, cabai mengandung berbagai nutrisi penting seperti kalori, protein, lemak, kabohidrat, kalsium, vitamin A, B1 dan C. Selain dimanfaatkan untuk kebutuhan rumah tangga, cabai juga digunakan dalam berbagai industri diantaranya, industri bumbu masakan, industri makanan dan industri obat-obatan atau jamu (Tarigan, 2007)

Usaha tani cabai yang sukses dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi petani. Namun, budidaya cabai intensif membutuhkan keterampilan khusus serta modal yang besar. Dalam praktiknya, petani sering menemui kegagalan dalam proses produksi, yang dapat berujung pada kerugian besar. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan dalam mengaplikasikan pengetahuan dan teknik yang tepat guna mengatasi permasalahan tersebut.

Meskipun demikian, masih terdapat berbagai permasalahan dalam pemasaran cabai merah. Sebagian besar petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul. Hingga saat ini, petani cabai merah belum mempertimbangkan efisiensi usaha taninya secara optimal akibat keterbatasan pengetahuan mengenai jalur pemasaran yang tersedia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pemasaran cabai merah serta bagian keuntungan (*farmer share*) yang diperoleh petani dari setiap saluran pemasaran cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dimana penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang mendeskripsikan suatu obyek atau fenomena yang dituliskan dalam bentuk tulisan naratif. Dalam penulisan penelitian kualitatif berisikan data-data (fakta) yang disusun tulisannya berupa kata dan gambar daripada angka yang didapatkan dari lapangan untuk penulisan dalam laporan penelitian (Fiantika,dkk., 2022)

Penentuan lokasi pada penelitian ini dipilih menggunakan metode penentuan *purposive sampling* yang merupakan metode penentuan dengan pertimbangan atau seleksi khusus yang dimana Desa Saribudolok yang merupakan sentra produksi penghasil cabai merah di Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun. Penelitian ini akan dilaksanakan pada Juli – Agustus 2024.

Metode pengambilan sampel untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan teknik *snowball sampling* atau metode bola salju. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika populasi tidak jelas jumlah maupun keberadaannya. Proses ini dimulai dengan menemukan satu sampel awal, kemudian dari sampel tersebut diperoleh informasi mengenai sampel lainnya, dan proses ini berlanjut secara berantai (Soegiyono, 2011) . Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan terdiri dari 30 petani, 3 pedagang pengepul, 3 pedagang besar dan 3 pedagang pengecer di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produksi dan harga Cabai Merah

Produksi dan harga Cabai Merah yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel1. Rata-rata Luas Lahan, Produksi, Dan Harga Cabai Merah

No	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	luas lahan (Ha/Tahun)		
	0,1 - 0,2	8	27
	0,3 - 0,5	10	33
	0,6 - 0,7	5	17
	0,8 - 1	7	23
	>1	-	-
	Jumlah	30	100
	Rata-rata (luas/tahun)	0,5	
2	Produksi(Ton/tahun)		
	0,5-1	7	23
	2-4	12	40
	5-7	3	10
	8-10	7	23
	>10	1	4
	Jumlah	30	100
	Rata-rata (Ton/tahun)	4,5	
3	Harga (Rp/Kg)		
	15.000-20.000	11	37
	21.000-30.000	18	60
	>30.000	1	3
	Jumlah	30	100
	Rata-rata (Rp/Kg)	22.967	

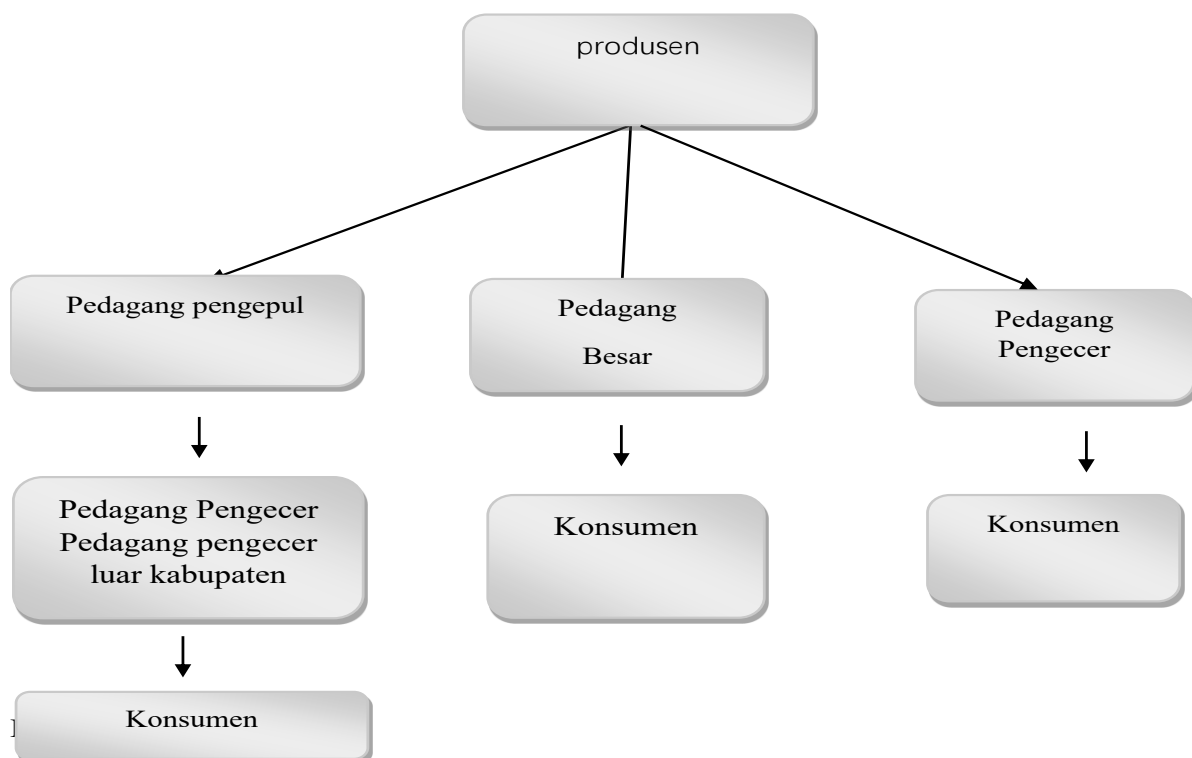
Sumber: Analisis Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa petani responden terbanyak memiliki luas lahan dalam satu tahun antara 0,3-0,5Ha sebanyak 10 responden atau 33%, 8 responden atau 27% dengan luas lahan 0,1-0,2 Ha, sebanyak 7 orang atau 23% responden yang memiliki luas lahan 0,8-1 Ha, dan 5 responden atau 17% responden yang memiliki luas lahan 0,6-0,7 Ha, dengan rata-rata luas lahan cabai Merah responden yaitu 0,5 Ha. Dengan luas lahan yang cukup luas petani pastinya memproduksi Cabai merah yang banyak juga, pada hasil penelitian tersebut terlihat 12 responden petani atau 40% mampu memproduksi 1-2 Ton Cabai Merah, 7 Responden atau 23% menghasilkan 0,5-1 Ton dan 8-10 Ton, 3 responden atau 10% menghasilkan 5-7 Ton dan 1 responden atau 3% yang mampu memproduksi Cabai Merah >10 Ton per Tahun. Dengan Rata-rata 4,5 Ton/Tahun produksi Cabai Merah di Desa Saribudolok Kecamatan silimakuta.

Selain mampu memproduksi cabai merah, petani juga harus mampu menjual hasil panennya dengan harga yang baik. Hal ini penting agar petani dapat memperoleh keuntungan yang optimal dengan menjual cabai merah pada harga yang tinggi. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan, 30 Responden petani mampu menjual hasil panen Cabai Merah dengan Harga rata-rata Rp 22.967. Terlihat 18 responden petani atau 60% menjual hasil panen dengan harga antara Rp 21.000 – Rp 30.000, 11 responden atau 37% menjual hasil panen dengan harga antara Rp15.000 - Rp 20.000 dan satu petani atau 3% mampu menjual hasil Produksi Cabai merah dengan harga >Rp 30.000 Harga yang cukup baik pada sektor pemasaran cabai merah. Dapat dipastikan bahwa dengan hasil produksi dan harga yang cukup tinggi petani di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalunun Sumatera Utara mendapat keuntungan dalam Budidaya cabai Merah

B. Pola Saluran Pemasaran Tidak Langsung

Saluran Pemasaran cabai Merah Di Kecamatan Silimakuta



Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui saluran pemasaran Cabai Merah di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara pada gambar di bawah ini:

Berdasarkan gambar di atas terdapat tiga pola saluran pemasaran yang ada di Desa Sariudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun yaitu:

1. Pola Saluran I

Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengecer – Konsumen

Tabel 2 Biaya, Keuntungan Dan Margin Pemasaran Saluran I

No	Uraian	Nilai(Rp/kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga tingkat petani	22.967
	b. Biaya panen	11.255
	c. Biaya sortir	100
	d. Biaya packing	50
	e. Biaya pengangkutan	250
	f. Total biaya	11.655
	g. Keuntungan	11.312
2	Pengepul	
	a. Harga beli	22.967
	b. Biaya panen	-
	c. Biaya sortir	-
	d. Biaya packing	-
	e. Biaya pengangkutan	483
	f. Total biaya	23.450
	g. Harga Jual	26.000
h. Keuntungan	2.550	
3	Pedagang pengecer	
	a. Harga beli	26.000
	b. Tenaga Kerja	283
	c. Biaya sortir	100
	d. Biaya packing	100
	e. Biaya pengangkutan	300
	f. Total biaya	26.783
	g. Harga Jual	31.000
h. Keuntungan	4.217	
4	Konsumen	
	a. Harga beli konsumen	31.000
	Biaya Pemasaran	12.921
	Keuntungan Pemasaran	6.767
	Margin Pemasaran	8.033

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa dalam saluran pemasaran I terdapat empat pelaku yang terlibat yaitu: Petani - Pedagang pengepul - Pedagang pengecer – Konsumen. Pada saluran pemasaran I, petani biasanya menjual langsung Cabai merah yang siap dipanen kepada pedagang pengepul di pasar. Proses kegiatan dalam pemanenan Cabai Merah dilakukan oleh petani. Pedagang akan melihat bagaimana kualitas Cabai Merah yang akan dipanen dan melakukan tawar-menawar hingga menemukan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, harga jual yang diterima oleh petani bernilai Rp. 22.967/kg. Biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam proses pemanenan

kubis adalah Rp. 11.655/kg dan keuntungan yang didapatkan oleh petani sebesar Rp. 11.312/kg.

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa biaya pemasaran cabai merah ialah sebesar Rp. 12.921/kg, keuntungan pemasaran ialah Rp. 6.767/kg, dan margin pemasaran sebesar Rp. 8.033/Kg. Dengan demikian Saluran pemasaran cabai merah I sudah efisien secara ekonomi.

2. Pola Saluran II

Petani – Pedagang Besar – Konsumen

Tabel 3. Biaya, Keuntungan, Dan Margin Pemasaran Saluran II

No	Uraian	Nilai(Rp/Kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga tingkat petani	24.733
	b. Biaya panen	11.255
	c. Biaya sortir	-
	d. Biaya packing	-
	e. Biaya pengangkutan	-
	f. Total biaya	11.255
	g. Keuntungan	13.478
2	Pedagang besar	
	a. Harga beli	24.733
	b. Biaya sortir	100
	c. Biaya pergudangan	100
	d. Biaya packing	1.500
	e. Tenaga kerja	
	f. Biaya pengangkutan	
	g. Transportasi	1.700
	h. Total biaya	28.133
	i. Harga Jual	31.000
	j. Keuntungan	2.867
3	Konsumen	
	a. Harga beli Cabai Merah	31.000
	Biaya Pemasaran	14.655
	Keuntungan Pemasaran	2.867
	Margin Pemasaran	6.267

Sumber: Analisis Data Primer

Dari Tabel 3 lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran cabai merah II adalah Pedagang Besar dan Konsumen. Pada saluran pemasaran II Petani hanya melakukan pemanenan dan petani menjual hasil panen ke Pedagang Besar di lahan petani atau pedagang besar datang ke lahan petani untuk melakukan sortir dan packing dan melakukan pengangkutan/transportasi ke Gudang. Biaya yang dikeluarkan oleh Pedagang besar yaitu: biaya sortasi dan pergudangan sebesar Rp. 200/Kg, Biaya Packing dan Tenaga kerja pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp. 1.500/Kg, kemudian pedagang besar mengeluarkan Biaya sebesar Rp. 1.700/Kg untuk pengangkutan dan transportasi hingga Cabai Merah sampai ke tangan konsumen di luar Provinsi.

Dari tabel 3 diketahui bahwa pada saluran Pemasaran II memiliki Biaya pemasaran sebesar Rp. 14.655/Kg, Margin pemasaran sebesar Rp. 6.267/Kg, dan keuntungan Pemasaran pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 2.867/Kg. efisiensi pemasaran yang di terima Petani sebesar 79,7%, Dengan demikian saluran pemasaran II sudah efisien secara ekonomi.

3. Pola Saluran III

Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen

Tabel 4. Biaya, keuntungan Dan margin pemasaran Saluran III

No	Uraian	Nilai(Rp/Kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga tingkat petani	27.667
	b. Biaya panen	11.255
	c. Biaya sortir	100
	d. Biaya packing	50
	e. Biaya pengangkutan	250
	f. Total biaya	11.655
	g. Keuntungan	16.012
3	Pengecer	
	a. Harga beli	27.667
	b. Tenaga kerja	283
	c. Biaya sortir	100
	d. Biaya Packing	100
	e. Biaya Pengangkutan	300
	f. Total Biaya	28.457
	g. Harga Jual	31.000
h. Keuntungan	2.550	
4	Konsumen	
	a. Harga beli	31.000
	Biaya Pemasaran	12.438
	Keuntungan Pemasaran	2.550
	Margin Pemasaran	3.323

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Pada saluran pemasaran III, Setelah Cabai Merah di beli oleh pedagang pengecer, pedagang akan melakukan sortasi, Dalam proses sortasi pengecer mengeluarkan biaya sebanyak Rp. 100/kg. kemudian pengecer melakukan packing, packing yang di maksud ialah pemindahan/pemisahan produk cabai merah yang bagus, kurang bagus dan rusak untuk memudahkan pedagang pengecer dalam menjual cabai merah dan menentukan harga sesuai kualitas cabai. Dalam proses ini pengecer juga mengeluarkan biaya sebanyak Rp. 100/Kg, dan kemudia cabai merah di bawa ke tempat penjualan atau mengantarkan langsung ke konsumen yang telah melakukan pemesanan yang biasanya di sebut pengangkutan. Proses pengangkutan ini juga memerlukan biaya sebesar Rp.300/Kg. Biaya yang di dikeluarkan oleh pedagang pengecer ialah Rp. 26.783/Kg sudah termasuk biaya tenaga kerja, dan kemudian pedagang pengecer menjual Cabai Merah dengan harga Rp. 31.000/Kg kepada konsumen.

Dari biaya yang di keluarkan oleh pedagang pengecer dengan harga jual maka pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebanyak Rp. 4.217/Kg.

Dari tabel 4 diketahui bahwa pada saluran pemasaran III memiliki Biaya pemasaran sebesar Rp. 12.438/Kg, Margin Pemasaran sebesar Rp. 3.333/Kg, dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 2.550/Kg. efisiensi pemasaran yang di terima oleh petani sebesar 89,2%, Dengan demikian saluran pemasaran cabai Merah III sudah efisien secara ekonomi.

C. Perbandingan Saluran Efisiensi Saluran Pemasaran Tidak Langsung

Dari hasil penelitian yang sudah di lakukan, terdapat tiga saluran pemasaran dan masing-masing saluran pemasaran tersebut memiliki alur yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Efisiensi Saluran pemasaran

Saluran Pemasaran	Harga Cabai Merah (Rp/Kg)		Margin Pemasaran (Rp)	Farmer's Share (%)
	Petani	Konsumen		
Saluran I	22.967	31.000	8.033	74%
Saluran II	24.733	31.000	6.267	79%
Saluran III	24.967	31.000	6.033	80%

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 5 terdapat data yang menunjukkan ke efisienan pemasaran cabai merah di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta. Pada saluran Pemasaran I dapat dilihat harga jual cabai merah yang di terima oleh produsen/petani sebesar Rp. 22.967/Kg dan harga jual di Tingkat konsumen sebesar Rp. 31.000/Kg. Pada saluran pemasaran II Harga jual cabai merah Tingkat produsen/petani sebesar Rp. 24.733/Kg dan harga Tingkat konsumen sebesar Rp. 31.000/Kg. Dan pada saluran pemasaran III harga yang di terima oleh petani sebesar Rp. 24.967/Kg dan harga di Tingkat konsumen sebesar Rp. 31.000/Kg. sehingga dapat di simpulkan bahwa pada tiga saluran pemasaran yang ada di Desa Saribudolok Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun Sumatera Utara sudah efisien.

Dari tiga saluran pemasaran yang ada di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta dapat di bandingkan saluran pemasaran III adalah saluran pemasaran yang paling efisien dari harga yang di terima petani.

D. Saluran Pemasaran Langsung

Petani cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Siliakuta, Kabupaten Simalungun juga melakukan pemasaran langsung, seperti menjual hasil panen langsung ke konsumen seperti rumah makan atau restoran. Namun hasil panen cabai merah yang di jual oleh petani ke konsumen langsung hanyalah hasil panen yang tidak di angkut oleh pedagang besar (buah sortir), atau hasil panen yang masih sedikit.

Tabel 6. Biaya, Keuntungan Saluran Langsung

No	Uraian	Nilai(Rp/Kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga tingkat petani	28.000
	b. Biaya panen	11.255
	c. Biaya sortir	100
	d. Biaya packing	50
	e. Biaya pengangkutan	250
	f. Total biaya	11.655
	g. Keuntungan	16.345
2	Konsumen	
	a. Harga beli	28.000
	Biaya	11.655
	Keuntungan Petani	16.345

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Pada tabel 6 saluran pemasaran langsung yang di lakukan oleh petani. Petani menjual hasil panen kepada konsumen dengan harga Rp. 28.000 dengan biaya yang di dikeluarkan oleh petani sebesar Rp.11.655. dan petani mendapat keuntungan pemasaran sebesar Rp. 16.345 dengan margin pemasaran sebesar Rp.11.655.

E. Kendala Dan Resiko Pemasaran Cabai Merah

Kendala dalam pemasaran cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun Sumatera Utara adalah modal, hama, musim, dan ketersediaan cabai merah. Sedangkan resiko yang sering di alami oleh Lembaga pemasaran cabai merah adalah harga yang tidak pasti dan dapat berubah-ubah setiap harinya.

Modal merupakan salah satu bagian yang paling utama dalam pemasaran cabai merah, khususnya di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta. Modal mejadi kendala apabila harga di pasar meningkat dari harga biasanya, Lembaga pemasaran otomatis membayar harga yang lebih besar dari harga biasanya dan hasil panen yang di tamping dari petani akan berkurang dari biasanya.

Ketidak pastian harga sangat berdampak pada keuntungan dan kerugian Lembaga pemasaran di kecamatan silimakuta. Lembaga pemasaran dikatakan mengalami kerugian apabila harga di pasar tiba-tiba menurun.

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil penelitian yang di lakukan, terdapat tiga saluran pemasaran cabai merah di Desa Saribudolok, Kecamatan silimakuta, Kabupaten simalungun Sumatera Utara, yaitu sebagai berikut:

- h. Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang pengecer – Konsumen
- i. Petani – Pedagang Besar – Konsumen
- j. Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen

Saluran pemasaran I, II dan III di Desa Saribudolok, Kecamatan Silimakuta sudan efisien. Saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran dengan margin paling tinggi dari saluran pemasaran lainnya.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diharapkan petani mampu mencari Lembaga pemasaran yang baru dalam memasarkan cabai merah kepada konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi dan tidak selalu bergantung pada lembaga pemasaran yang ada di daerah. Petani juga diharapkan mampu mengolah produk turunan hasil panen cabai merah (seperti saos dan bubuk) guna untuk meningkatkan pendapatan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Antriyandarti, E., & Ani, S. W. (2015). PENGEMBANGAN AGRIBISNIS CABAI MERAH (*Capsicum annum* L) DI KABUPATEN MAGELANG. *Media Trend*, 10(1), 47–56.
- Asnawi, R. (2017). Peningkatan Produktivitas dan Pendapatan Petani Melalui Penerapan Model Pengelolaan Tanaman Terpadu Padi Sawah di Kabupaten Pesawaran, Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 14(1). <https://doi.org/10.25181/jppt.v14i1.141>
- Edward, R., Rumbiak, Y., & Tuhuteru, S. (2024). Analisis saluran dan margin pemasaran cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.) lokal Wamena di Kabupaten Jayawijaya Analysis of marketing and margins value of the local cayenne peppers (*Capsicum frutescens*) in Jayawijaya Regency. 14(September), 64–73. <https://doi.org/10.35724/ag.v14i2.6288>
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, E. a. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Ir. S. Tarigan, MM., M. & W. W. (2007). *Bertanam Cabai Hibrida secara Intensif*. AgroMedia Pustaka.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (dasar-dasar ekonomi perusahaan)* (5th ed.).
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Widianti, H., Alfian, M., & Sedyu Utami, E. U. (2021). Manajemen Pemasaran Modern Bagi Usaha Kecil Menengah di Kelurahan Slerok Kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(2), 277–280. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i2.2810>
- Zamili, Z., Septianita, S., & Gribaldi, G. (2023). RANTAI PEMASARAN CABE MERAH (*Capsicum annum* L) DI DESA TUMI JAYA KECAMATAN JAYAPURA KABUPATEN OKU TIMUR. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(3), 1850. <https://doi.org/10.25157/jimag.v10i3.10516>