

**ANALISIS RANTAI PASOK SALAK PONDOH DI DESA  
SUMBER MULYA KECAMATAN SIMPANG RAYA  
KABUPATEN BANGGAI**

**Supply Chain Analysis of Salak Pondoh in Sumber Mulya Village Simpang  
Raya Sub District of Banggai District**

**Yolenta Kartika Sari Latupeirisa<sup>1)</sup>, Abdul Muis<sup>2)</sup>, Hadayani<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Magister Agribisnis. Program Pascasarjana. Universitas Tadulako. Palu.

Email: [yolentalatupeirisa.agb@gmail.com](mailto:yolentalatupeirisa.agb@gmail.com)

Diterima: 16 November 2023, Revisi : 18 Maret 2024, Diterbitkan: April 2024

<https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v31i1.1959>

**ABSTRACT**

The objective of this study was to analyze the characteristics of supply chain participants, the mechanisms governing product flow, information exchange, and financial transactions, as well as the efficiency of the Salak Pondoh supply chain in Sumber Mulya village, Simpang Raya sub district, Banggai District. Utilizing both qualitative and quantitative descriptive analysis, the research was conducted between March and April 2023. Farmer respondents were selected through a census, totaling 24 individuals, while traders, retailers, and consumers were purposively chosen, with 5 representatives from each category, resulting in a total of 42 respondents. Findings from the study revealed the following characteristics of supply chain participants: (1) most respondents fell within the productive age range, (2) the average educational attainment ranged from secondary to tertiary education, (3) participants had an average business experience of 7-12 years, and (4) an average of 1-2 dependents per family. The product flow mechanism within the Salak Pondoh supply chain in the study area involved farmers, collecting traders, retailers, and end consumers. Financial transactions primarily flowed from consumers to Salak Pondoh farmers, while information exchange occurred bidirectionally between farmers and consumers. Distribution costs incurred by marketing channels II and III were Rp. 3,633.5/kg and Rp. 3,879.15/kg, respectively, with a marketing margin of IDR 7,500/kg. Farmers received a share value of 62.5% in marketing channel II and 83.34% in channel III, indicating efficiency. The supply chain distribution in the study area was deemed efficient, with marketing channels II and III exhibiting efficiencies of 18.17% and 19.39%, respectively.

**Keywords** : Efficiency, Salak Pondoh, and Supply Chain.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik pelaku rantai pasok, mekanisme rantai pasok yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan serta efisiensi rantai pasok Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis deskriptif kualitatif dan Kuantitatif. penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret - April 2023. Responden petani diambil secara sensus yaitu sebanyak 24 petani. Pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu masing-masing sebanyak 5 orang. Total responden yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 42 orang. Hasil penelitian Analisis Rantai Pasok salak pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai adalah Karakteristik pelaku rantai pasok yaitu: (1) umur sebagian besar responden berada dalam usia produktif, (2) lama pendidikan rata-rata tamat Sekolah Menengah dan Perguruan Tinggi (3) pengalaman berusaha rata-rata 7-12 tahun. (4) jumlah tanggungan keluarga rata-rata 1-2 jiwa. Mekanisme aliran produk rantai pasok salak pondoh di daerah penelitian hanya terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir, aliran keuangan yang mengalir dari konsumen sampai ke petani salak pondoh, dan aliran informasi yang mengalir dari petani salak pondoh sampai ke konsumen akhir atau sebaliknya. Biaya Distribusi yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran II yaitu Rp. 3.633,5/kg, dan pada saluran III sebesar 3.879,15/kg. Margin pemasaran sebesar Rp.7.500/kg, Nilai *farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 62,5%, dan pada saluran III sebesar 83,34% dan dikatakan efisien. Distribusi rantai pasok di daerah penelitian termasuk efisien yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 18,17% dan pada saluran III sebesar 19,39%.

**Kata Kunci** : Salak Pondoh, Rantai Pasok, Efisiensi.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keunggulan komperatif untuk sektor pertanian, keunggulan ini dapat dijadikan sebagai modal bagi pertumbuhan ekonomi apabila dikelola dengan baik. Sektor pertanian memiliki komoditi-komoditi unggulan untuk dikembangkan sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi secara nasional maupun regional dan mempunyai peranan penting dalam menopang pembangunan nasional, terutama mewujudkan ketahanan pangan, penyerapan tenaga kerja, penanggulangan kemiskinan, serta mendorong peningkatan daya saing melalui pertumbuhan agroindustri hilir juga memacu ekspor komoditas pertanian untuk meningkatkan devisa negara. (Kementerian Pertanian, 2021).

Sub sektor hortikultura menempati posisi strategis dalam pembangunan pertanian yang dapat ditingkatkan mengingat potensi

dan prospek pengembangannya sangat cerah. Potensi pasar komoditis hortikultura baik untuk pasar domestik maupun pasar internasional masih sangat tinggi. (Litbang Pertanian, 2015).

Buah salak merupakan salah satu buah yang disukai dan mempunyai prospek yang baik untuk diusahakan karena memiliki rasa manis, renyah dan mengandung sumber nutrisi (Marpaung dkk. 2015). Buah salak dapat dimakan dalam keadaan segar secara langsung dan dapat dijadikan buat awetan, dan salak telah dijadikan sebagai salah satu buah unggulan nasional (Dewi, 2014).

Sulawesi Tengah terdiri dari dua belas kabupaten dan satu kota dengan Kabupaten Banggai sebagai salah satu penghasil salak pondoh. Kabupaten Banggai memiliki 23 Kecamatan dan hanya 4 Kecamatan yang mengembangkan usahatani salak salah satunya yaitu Kecamatan Simpang Raya, yang memiliki luas panen salak terbesar di Kabupaten

Banggai yaitu sebesar 26.400 pohon dan jumlah produksinya sebesar 293,5 kuintal.

Usahatani salak pondoh merupakan salah satu sumber mata pencaharian oleh sebagian masyarakat di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya. Harga salak pondoh yang berfluktuasi dan harga salak yang ada ditentukan menurut kualitas dari buah salak itu sendiri seperti salak jenis super biasanya diberi harga Rp.15.000-20.000/kg dan yang ukuran lebih kecil dengan harga Rp.6.000-Rp.10.000/kg. harga tersebut yang mempengaruhi pendapatan petani, dan kurangnya informasi pemasaran membuat petani salak pondoh sangat kesulitan untuk menentukan kemana akan menjual salak pondohnya. Produksi salak pondoh selama ini hanya memenuhi kebutuhan lokal Kabupaten Banggai dan sekitarnya, petani belum bisa merambah penjualannya ke wilayah lain di luar Sulawesi /luar pulau.

Desa Sumber Mulya memiliki potensi dalam pengembangan buah salak. Bisnis buah salak harus memperhatikan proses rantai pasoknya karena melibatkan pasar dari buah salak, sehingga tidak hanya berfokus pada kegiatan produksinya saja. Jarak konsumen dengan lokasi usaha serta jumlah produksi yang tidak pasti setiap harinya, harus diikuti dengan kemampuan para penjual dalam menawarkan jumlah buah salak. Terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan buah salak dan melihat karakteristik produk yang mudah busuk. Maka diperlukan analisis untuk mencegah permasalahan agar jumlah persediaan dan mutu buah salak dapat dijaga, sehingga kepuasan konsumen terpenuhi dan mata rantai yang terlibat dalam rantai pasok buah salak tidak dirugikan.

Rantai pasok salak pondoh perlu memperhatikan beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kelancaran proses distribusi hingga ke tangan konsumen akhir. Selain untuk memenuhi permintaan konsumen, bentuk pengaturan dalam rantai pasok salak juga bertujuan untuk menguntungkan setiap mata rantai yang terlibat. Sehingga diperlukan

sebuah pendekatan pada sistem rantai pasok yang berupa pendekatan untuk mengetahui aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan, karena hal tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan pada setiap mata rantai yang ada. Pengambilan keputusan yang tepat akan bermanfaat dalam menjaga pasokan dan mutu salak.

Sehubungan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui karakteristik pelaku rantai pasok Usahatani Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.
2. Mengetahui mekanisme rantai pasok yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan Usahatani Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.

Mengetahui Efisiensi rantai pasok Usahatani Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa Desa Sumber Mulya merupakan satu-satunya daerah yang memproduksi salak pondoh di Kecamatan Simpang Raya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret - April 2023.

### **Penentuan Responden.**

Responden Dalam penelitian ini adalah petani salak pondoh yang berada di Desa Sumber Mulya yang berjumlah sebanyak 27 orang petani dengan metode sensus. Berdasarkan teori menurut Riduwan (2013) menyatakan, sampling jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel Sampling jenuh dilakukan bila populasinya kurang dari 30 orang, maka semuanya itu akan menjadi anggota populasi.

Responden pedagang pengumpul sebanyak 5 orang, pedagang pengecer sebanyak 5 orang, dan konsumen sebanyak 5 orang, diambil secara sengaja (purposive). Menurut Turner (2020) purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah punya target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Sugiyono (2016) bahwa: purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Karena itu, penulis memilih dengan Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu responden yang selalu terus menerus membeli atau sudah menjadi langganan. Dengan demikian total responden adalah sebanyak 42 orang.

### **Pengumpulan Data.**

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kegiatan observasi dan wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (Quisioner), sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan instansi yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Analisis Data.**

Analisis yang digunakan adalah Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui karakteristik setiap pelaku rantai pasok dan mendapatkan informasi tentang kondisi saluran pemasaran salak pondoh didaerah penelitian dan Analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui harga jual salak pondoh dan menganalisis biaya distribusi rantai pasok, margin distribusi rantai pasok, farmer's share dan efisiensi distribusi rantai pasok salak pondoh berdasarkan perhitungan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, sebagai berikut:

### **Karakteristik Pelaku Rantai Pasok Salak Pondoh.**

Menggunakan deskriptif kualitatif (umur, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga) pada tiap-tiap pelaku rantai pasok meliputi jumlah, rata-rata dan persentase.

### **Analisis Mekanisme Distribusi Rantai Pasok.**

Metode analisis data ini untuk menjawab permasalahan kedua mengenai mekanisme rantai pasok terkait aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan pada rantai pasok salak pondoh Analisis ini dilakukan dengan survei lapangan dengan observasi dan wawancara sampel. Hasil analisis penelitian ini berupa bentuk struktur dalam rantai pasok salak pondoh di tempat penelitian.

### **Analisis Efisiensi Rantai Pasok.**

Menurut Puspitawati dan Wardhani (2013) menjelaskan dalam proses pemasaran, semakin efisien sehingga semua pihak akan mendapatkan keuntungan. Analisis ini untuk menghitung penggunaan biaya distribusi, margin distribusi, farmer's share dan efisiensi distribusi rantai pasok.

#### *Biaya Distribusi Rantai Pasok.*

Biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mengirimkan suatu produk yang meliputi biaya angkutan, biaya pengiriman, dan lain-lain.

Menghitung besarnya biaya distribusi dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$BP = B1 + B2$$

Keterangan:

BP = Biaya Distribusi (Rp/Kg)

B1 = Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)

B2 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)

#### *Margin Distribusi Rantai Pasok.*

Perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama. Untuk menghitung margin distribusi rantai pasok digunakan rumus yaitu:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin Distribusi (Rp/Kg)

Pr = Harga Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

#### *Farmer's share.*

Analisis ini digunakan untuk membandingkan harga yang diterima produsen atau petani dengan harga yang dibayarkan

oleh konsumen akhir yang biasa disebut dengan farmer's share sebagai berikut:

$$FS = \frac{P_{fi}}{P_{ri}} \times 100\%$$

Keterangan:

FS = Farmer's Share (%)

Pfi = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

Pri = Harga Ditingkat Pedagang (Rp/Kg)

Bagian keuntungan dan biaya pada distribusi dalam melaksanakan fungsi pemasaran adalah:

$$Ski = \frac{Ki}{Pri - Pfi} \times 100\%$$

$$Sbi = \frac{Bi}{Pri - Pfi} \times 100\%$$

Keterangan:

Ski = Persentase Keuntungan Lembaga Pemasaran Ke-I

Sbi = Bagian Upaya Untuk Melaksanakan Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Ke-i

Ki = Keuntungan Lembaga Pemasaran Ke-i (%)

Bi = Biaya Untuk Melaksanakan Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Ke-i

Pr = Harga Ditingkat Pedagang (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

Kaidah Keputusan menurut Rosmawaty (2011) adalah:

1. > 40% = Efisien

2. < 40% = Tidak Efisien

Efisiensi Distribusi Rantai Pasok. Menghitung efisiensi pemasaran secara umumnya dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (2004), sebagai berikut:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Distribusi Rantai Pasok (%)

TBP = Total Biaya Produk (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp/Kg)

Kaidah keputusan menurut Roesmawaty (2011) adalah:

1. 1.0 – 33% = Efisien

2. 34 – 67% = Kurang Efisien

3. 68 – 100% = Tidak Efisien

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Pelaku Rantai Pasok.

Struktur hubungan rantai pasok salak pondoh di Desa Sumber Mulya dianalisis berdasarkan pelaku yang membentuk rantai pasok dan peran dari setiap pelaku rantai pasok. Pelaku rantai pasok dalam hal ini adalah lembaga yang terlibat dalam aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan mulai dari penyedia input petani Salak Pondoh hingga konsumen akhir. Struktur hubungan rantai pasok terdiri dari empat pelaku rantai pasok yaitu petani Salak Pondoh, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Karakteristik pelaku rantai pasok terdiri dari beberapa komponen yaitu:

### Umur Responden.

Umur seorang sangat berpengaruh terhadap kemampuan, prestasi dan sikapnya dalam mengelola usahatannya, terutama mempengaruhi kemampuan fisik dan prestasi kerja.

Hasil penelitian Menunjukkan seluruh responden kelompok usia terbanyak berasal dari kelompok usia produktif yakni 15 – 64 tahun sebanyak 40 responden dengan persentase 95,24%. Kelompok usia terkecil berasal dari kelompok usia tidak produktif yaitu > 65 tahun sebanyak 2 responden dengan persentase 4,76%, berdasarkan tingkat standar umur produktif kerja responden. Menurut BPS (2006) petani yang masih aktif melakukan kegiatan usahatani dengan usia 15 – 64 tahun. Petani kategori tidak produktif adalah petani dengan usia diatas > 65 dengan kecenderungan penurunan pada kemampuan tingkat fisik yang dimiliki. Responden yang berada di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya memiliki usia responden termuda 15 tahun dan responden tertua berusia 68 tahun. Hal ini menunjukkan dari segi umur responden salak pondoh masih tergolong usia produktif kerja sehingga

mampu meningkatkan hasil produksi. Menurut Ali *et al* (2010) Umur dalam hal ini dapat mempengaruhi petani dalam mengambil keputusan usia yang lebih muda memiliki kemampuan mengadopsi teknologi pertanian yang lebih efisien dibanding usia tua.

### ***Jenis Kelamin.***

Menurut Sumarsono (2008), peningkatan partisipasi wanita dalam kegiatan ekonomi karena: Pertama, adanya perubahan pandangan dan sikap masyarakat tentang sama pentingnya pendidikan bagi kaum wanita dan pria, serta makin disadari perlunya kaum wanita ikut berpartisipasi dalam pembangunan. Kedua, adanya kemauan wanita untuk bermandiri dalam bidang ekonomi yaitu berusaha membiayai kebutuhan hidupnya dari kebutuhan hidup dari orang-orang yang menjadi tanggungannya dengan penghasilan sendiri.

Hasil penelitian diketahui bahwa dari petani salak pondoh, pedagang pengumpul pedagang pengecer sampai pada konsumen yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 31 responden atau sebesar 73,81% dan berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 11 responden sebesar 26,19 %, hal ini terjadi karena pada umumnya laki-laki yang bertanggung jawab mencari nafkah untuk keluarganya. Sedangkan perempuan biasanya hanya mengurus urusan rumah tangga saja. Robbins (2006), menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang konsisten antara pria dan wanita dalam kemampuan memecahkan masalah, ketrampilan analisis, dorongan kompetitif, motivasi, sosiabilitas atau kemampuan belajar. Namun studi-studi psikologi telah menemukan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan lebih besar kemungkinannya daripada wanita dalam memiliki pengharapan untuk sukses. Satu masalah yang tampaknya membedakan antara jenis kelamin, khususnya saat pedagang mempunyai anak-anak pra sekolah.

### ***Tingkat Pendidikan.***

Pendidikan akan membentuk dan menambah pengetahuan petani, semakin

tinggi tingkat pendidikan seseorang maka wawasan pemikiran dan pandangannya terhadap suatu masalah akan semakin luas, sehingga dapat berpikir secara lebih cepat, lebih baik dan cepat guna (Abdullah dan Tantri, 2012).

Hasil penelitian diketahui pendidikan untuk responden salak bervariasi dari tamat SD hingga tingkat pendidikan terbesar berada pada tingkat pendidikan tamat SMP, dan adapula tamatan SMA hingga perguruan tinggi (PT) disimpulkan bahwa pedagang dan konsumen salak pondoh memiliki pendidikan yang cukup baik, berarti pedagang mengerti bahwa pentingnya pendidikan. Seperti yang dikemukakan Mosher (1987), bahwa pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahannya.

### ***Jumlah Tanggungan Keluarga.***

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan dari rumah tangga tersebut, Semakin banyak jumlah anggota keluarga semakin besar pula kebutuhan yang dipenuhi (Todaro, 2004).

Hasil penelitian diketahui bahwa Tanggungan keluarga responden berada pada 1-2 orang berjumlah 29 orang dengan presentase sebesar 69,05%, tanggungan keluarga yang berada pada 3-4 berjumlah 13 orang dengan presentase sebesar 30,95%. Jumlah tanggungan keluarga responden rata-rata sebanyak 2 orang yang masih tergolong keluarga berencana yang bisa memenuhi kebutuhan keluarga. Menurut Wirosuharjo (2007), bahwa besarnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga yang ikut makan maka secara tidak langsung akan memaksa tenaga kerja tersebut untuk mencari tambahan pendapatan.

### ***Pengalaman Berusahatani.***

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahannya dengan baik yang optimal, karena semakin

lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.

Hasil penelitian diketahui bahwa pengalaman berusahatani dan berdagang responden petani dan pedagang salak itu berbeda-beda, pengalaman bertani dan berdagang yang terbesar berada pada 7-12 tahun berjumlah 16 jiwa dengan persentase sebesar 43,24% dan terkecil berada pada 20-25 tahun yang berjumlah 8 orang dengan presentase sebesar 21,62%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sudah cukup berpengalaman dalam hal mengelolah usahanya masing-masing. Menurut Shiferaw&Reddy (2009) Pengalaman berusahatani merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usahatani. pada penelitian mengemukakan bahwa dalam mengadopsi dan beradaptasi inovasi dalam pengelolaan sumber daya alam dibutuhkan pengalaman petani dalam berusahatani. Hal ini berkontribusi terhadap efisiensi teknis usahatani.

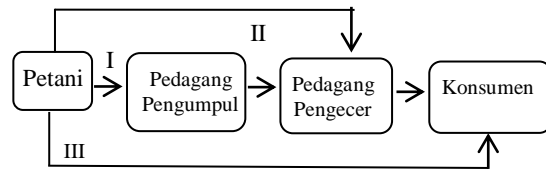
### **Mekanisme Distribusi Rantai Pasok.**

Pujawan (2010) mengatakan bahwa terdapat tiga macam pola distribusi yang harus dikelola dalam rantai pasok ini, yakni aliran barang, aliran informasi dan aliran uang (finansial). Pola distribusi barang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Aliran informasi mengalir dari hulu ke hilir dan sebaliknya. Pola aliran uang (finansial) mengalir sebaliknya dari hilir ke hulu. Aliran produk, aliran keuangan, aliran informasi pada rantai pasok salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya 2022, sebagai berikut:

#### ***Aliran Produk.***

Aliran produk dalam rantai pasok ini berupa aktivitas dalam memindahkan produk berupa salak dari petani sampai ke konsumen akhir. Aliran produk yang terjadi dalam saluran salak ini yaitu dari petani salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya sampai ke konsumen akhir. Kegiatan distribusi aliran produk pada rantai pasok

salak ini terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Aliran Produk Pada Rantai Pasok Salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.

#### ***Petani dengan Pedagang Pengumpul.***

Petani Salak di Desa Sumber Mulya mendistribusikan hasil panennya berupa salak kepada pedagang pengumpul. Petani panen salak dari lahannya, selanjutnya menyortir salak agar yang dipasarkan dalam kualitas yang bagus (tidak cacat/rusak). Jumlah salak dibeli oleh pedagang pengumpul dalam satu kali panen atau satu kali muat yaitu rata-rata 300 kg dengan harga Rp. 12.500/kg. Jumlah salak yang harus dibeli oleh pedagang pengumpul tidak selalu pasti yaitu sesuai dengan stok yang ada dan permintaan pasar.

#### ***Pedagang pengumpul dengan pengecer.***

Pedagang pengumpul melakukan pendistribusian salak pada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar tradisional seperti pasar Bunta dan pasar yang ada di Luwuk. Kegiatan distribusi tergantung pada kesepakatan yang ada dan direncanakan sebelumnya. Pengiriman salak dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer menggunakan kendaraan yang dimiliki oleh pedagang pengumpul, serta beberapa pedagang pengecer yang sudah berlangganan dengan pedagang pengumpul tersebut langsung mengambil salak ke gudang pedagang pengumpul. Pedagang yang mengambil sendiri ke gudang yaitu pedagang yang membeli salak dalam jumlah sedikit.

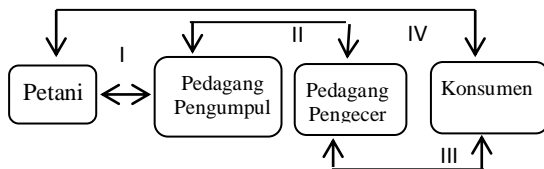
#### ***Petani dengan konsumen.***

Konsumen melakukan pembelian salak kepada petani secara langsung ke rumah petani salak. Harga salak biasanya ditentukan oleh petani salak itu sendiri tergantung pada jenis salak yang dibeli atau diinginkan oleh konsumen. Konsumen yang

biasanya membeli salak kepada petani yaitu konsumen yang tinggal dekat daerah tersebut dan menggunakan kendaraan yang dimiliki oleh konsumen itu sendiri.

Aliran produk pada rantai pasok salak ini relatif berjalan lancar mulai dari petani hingga ke konsumen akhir, karena dari pihak pedagang pengumpul selalu mengutamakan ketepatan waktu pengiriman dan kuantitas serta kualitas pemenuhan barang, walaupun terkadang sesekali terjadi sedikit keterlambatan namun masih dalam batas yang bisa ditolelir oleh konsumen. Menurut Wibowo (2014) bahwa aliran barang dalam rantai pasok ini berupa arus produk yang mengalir dari hulu ke hilir yaitu dari pemasok sampai dengan ke konsumen.

**Aliran informasi.** Aliran informasi menjadi komponen yang penting dalam melancarkan aliran produk dan aliran keuangan. Informasi yang disampaikan melalui proses komunikasi dilakukan untuk menjaga rasa kepercayaan antara setiap pelaku rantai salak. Aliran informasi mengalir secara timbal balik dari petani kepada konsumen akhir serta sebaliknya terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Aliran Informasi Pada Rantai Pasok Salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai

#### *Petani dengan pedagang pengumpul.*

Aliran informasi yang terjadi dalam rantai pasok salak antara petani dengan pedagang pengumpul mengalir dua arah yaitu Informasi petani ke pedagang pengumpul yang disampaikannya meliputi salak siap untuk dipanen atau dipasarkan ke konsumen, selanjutnya pihak dari pedagang pengumpul akan datang sendiri ke lahan petani salak atau rumah. Informasi pedagang pengumpul ke petani adalah berupa informasi harga salak yang dijual sesuai dengan harga pasar yang

berlaku. Aliran informasi yang terjadi antara petani dengan pedagang pengumpul menunjukkan bahwa komunikasi sudah terintegrasi dengan baik. Kegiatan komunikasi dilakukan melalui via telepon atau pada saat kedua belah pihak bertemu langsung.

#### *Pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer.*

Aliran informasi secara dua arah yaitu, mengalir dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan sebaliknya. Aliran informasi yang mengalir dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer adalah memberikan informasi mengenai perihal ketersediaan stok salak, kondisi, kualitas dan juga rencana waktu pengiriman. Sedangkan untuk pedagang pengecer yang ingin mengambil secara langsung ke gudang akan diinformasikan melalui via telepon.

#### *Pedagang pengecer dengan konsumen.*

Aliran informasi antara pedagang pengecer dengan konsumen akhir atau pelanggan merupakan arus informasi yang masuk ataupun keluar berupa harga jual salak dan kualitas harga salak. Informasi untuk jumlah kebutuhan atau konsumsi salak berasal dari konsumen. Pertukaran informasi terjadi secara langsung saat transaksi sedang terjadi atau berlangsung.

#### *Petani dengan konsumen.*

Aliran informasi antara petani dengan konsumen merupakan arus informasi yang masuk ataupun keluar berupa harga jual salak dan kualitas harga salak yang diinginkan. Informasi untuk jumlah kebutuhan salak yang berasal dari konsumen. Pertukaran informasi terjadi secara langsung atau saat transaksi melalui media sosial.

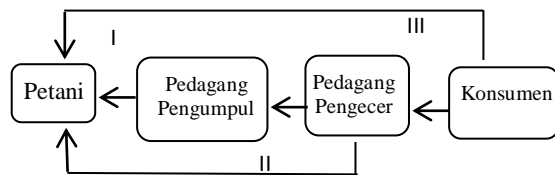
Uraian di atas terlihat jelas adanya aliran informasi secara aktif dan komunikasi timbal balik diantara pelaku rantai pasok salak, serta adanya keterbukaan, sehingga hal ini dapat memupuk rasa saling percaya dan menjaga komitmen bersama dalam menjaga kerja sama yang sudah terjalin dengan baik. Sejalan dengan Supriatna dkk (2019) bahwa



struktur rantai pasok yang terintegrasi baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya akan mempengaruhi kinerja dan kolaborasi rantai pasok.

### **Aliran keuangan.**

Aliran ini berupa uang pembayaran atas produk yang dijual. Aliran keuangan tersebut terdiri dari komponen biaya serta keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai yang terlibat dan mengalir dari hilir ke hulu terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Aliran Keuangan Pada Rantai Pasok Salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai

### **Petani.**

Aliran uang (finansial) yaitu sejumlah uang yang harus dibayar oleh pedagang pengumpul. Harga pembelian salak ditentukan sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran. Harga Salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai disesuaikan dengan kualitas salak yaitu sebesar Rp. 6000-10.000/kg untuk salak yang berukuran kecil sedangkan yang untuk berukuran besar sebesar 15.000/kg. Harga salak untuk pedagang pengumpul yaitu 12.500/kg dengan jenis salak ukuran campur. Pembayaran pedagang pengumpul dilakukan secara tunai atau transfer bank.

### **Pedagang Pengumpul.**

Pedagang pengumpul melakukan pembelian salak kepada petani dengan jumlah yang besar atau yang dibutuhkan oleh pasar. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu adalah biaya transportasi rata-rata sebesar Rp. 300.000 untuk mengangkut, dan biaya muat bongkar rata-rata sebesar Rp. 200.000. Biaya tersebut merupakan biaya untuk 1 kali muat. Modal yang digunakan pedagang pengumpul salak adalah dari modal sendiri.

### **Pedagang Pengecer.**

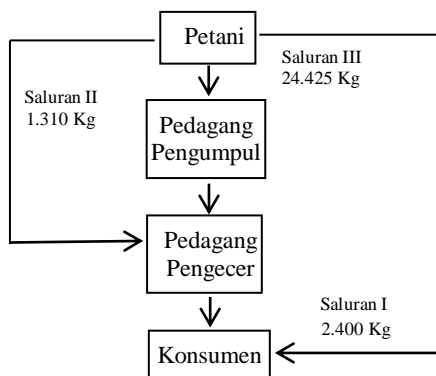
Pedagang pengecer membeli salak langsung dari pedagang pengumpul dan langsung dijual kepada konsumen. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah biaya transportasi rata-rata sebesar Rp. 25.000, biaya sewa tempat rata-rata sebesar Rp. 250.000/bulan, dan biaya retribusi pasar rata-rata sebesar Rp. 4000/hari. Ada sebagian pedagang pengecer mengambil salak langsung ke gudang pedagang pengumpul, dan ada juga yang meminta pedagang pengumpul untuk mengantarkan salak langsung ke lapak usahannya. Pembayaran dari pedagang pengecer kepada pedagang pengumpul dilakukan secara tunai.

### **Konsumen.**

Aliran keuangan yang terjadi ini dikarenakan adanya transaksi pembelian salak oleh konsumen kepada pedagang pengecer maupun ke petani langsung. Aliran ini terjadi secara langsung ditempat pembelian dengan sistem pembayaran tunai. Rata-rata harga jual sesuai harga pasar yaitu sebesar Rp. 20.000/kg. Jika ke petani langsung biasanya Rp.6000 sampai Rp. 15.000/kg. Hal ini sejalan dengan pernyataan Hasanudin dkk (2018) bahwa aliran keuangan merupakan perpindahan uang pembayaran yang dilakukan dengan dua cara yaitu kredit atau tunai kepada pemasok.

### **Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok.**

Pemasaran yang efisien merupakan pemasaran yang memberikan kepuasan pada tingkat lembaga pemasaran yang terlibat, sesuai dengan biaya yang dikorbankan masing-masing lembaga tersebut (Asmarantaka, 2012). Analisis efisiensi pemasaran dilakukan untuk menentukan saluran pemasaran salak yang efisien, dimana ukuran efisiensi menggunakan indikator efisiensi operasional. Analisis efisiensi operasional dapat digunakan untuk menentukan efisiensi sistem kuantitatif dengan menggunakan analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan biaya pemasaran.



Gambar 4. Saluran Pemasaran Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya, Kabupaten Banggai.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 pola Pemasaran Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya. Kegiatan pemasaran dilakukan untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan Gambar 4, saluran pemasaran I, petani menjual secara langsung ke konsumen tanpa adanya perantara sebesar 2.400 Kg. Saluran pemasaran ke II, petani menjual ke pengecer dan langsung dijual ke konsumen sebesar 1.310 Kg, saluran pemasaran ke III petani menjual ke pengumpul dan dijual ke pedagang pengecer dan dijual kembali kepada konsumen sebesar 24.425 Kg, terdapat selisih 1.215 kg yang diakibatkan pembusukan buah salak pondoh selama

proses pemasaran dari petani sampai ke konsumen. Dapat disimpulkan bahwa banyak petani yang memilih menjual ke pola III karena petani lebih mudah menjual hasilnya kepada lembaga pemasaran untuk meminimalisir *Over Supply*. Pada saluran III harga jual yang diterima lebih sedikit daripada saluran I langsung walaupun keuntungan yang diperoleh petani lebih sedikit daripada menjual langsung kepada konsumen.

Rantai pemasaran Salak pondoh di Desa Sumber Mulya ini tergolong panjang sehingga harga yang diterima petani lebih rendah sedangkan harga yang diterima konsumen lebih tinggi, hal ini dapat menyebabkan sistem pemasaran yang tidak efisien karena margin yang terdapat pada tiap pola pemasaran memiliki selisih yang tinggi. Menurut Januwia *dkk.* (2014) bahwa semakin pendek lembaga pemasaran maka akan menguntungkan.

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa pola saluran III lebih banyak digunakan daripada pola saluran I, dan II. Pola III lebih banyak digunakan oleh petani karena petani lebih memilih menjual salak pondoh kepada pengumpul desa karena rata-rata pedagang pengumpul membeli salak dengan jumlah banyak, dengan hal ini lebih memudahkan petani dalam menjual meskipun harga yang diterima akan rendah.

Tabel 1. Pola Saluran Pemasaran Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya, Kabupaten Banggai.

Pola	Klasifikasi Pola	Jumlah (orang)	Persentase (%)
I	Petani – Konsumen	7	25,93
II	Petani – Pengecer – Konsumen	4	14,81
III	Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen	16	59,26
		27	100

Sumber: *Data Primer Setelah Diolah, 2023*

### Biaya Distribusi Pada Rantai Pasok.

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai dari produk lepas dari tangan petani hingga diterima konsumen. Petani dalam hal memasarkan salak tidak mengeluarkan biaya karena salak dibeli

langsung oleh pedagang pengumpul ke lokasi usahatani salak. Pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi yaitu rata-rata sebesar Rp.147,39/kg, biaya muat bongkar Rp.98,26/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp.245,65/kg. Sedangkan biaya-biaya yang dikeluarkan

oleh pedagang pengecer meliputi biaya transportasi rata-rata Rp.229/kg, biaya sewa tempat Rp.2.290/kg, biaya retribusi pasar Rp.1.115/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp.3.664/kg. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pendistribusian salak dan biaya distribusi diatas untuk 1 tahun penjualan salak karena panen salak dilakukan setiap adanya pemesanan sekali. Menurut Mulyadi (2005) biaya pemasaran artinya biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk kepasar.

### Margin Distribusi Pada Rantai Pasok.

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktifitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani, atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran /distribusi (Sudiyono, 2001). Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Margin pemasaran pada saluran pemasaran salak di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Biaya, Margin Pemasaran dan *farmer's share* Salak Pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.

No	Uraian	Saluran		
		I	II	III
1	Petani			
	Harga jual	12.500	12.500	12.500
2	Pengumpul			
	a. Harga beli			12.500
	b. Harga jual			15.000
	c. Biaya pemasaran			
	1. Biaya Transportasi			147,39
	2. Biaya Bongkar Muat			98,26
	Total Biaya			245,65
	d. Keuntungan			2.254,35
	e. Margin			2.500
3	Pengecer			
	a. Harga beli		12.500	15.000
	b. Harga jual		20.000	20.000
	c. Biaya pemasaran			
	1. Biaya Transportasi		229	229
	2. Biaya Sewa Tempat		2.290	2.290
	3. Retribusi Pasar		1.114,5	1.114,5
	Total Biaya		3.633,5	3.633,5
	d. Keuntungan		3.866,5	1.366,5
	e. Margin		7.500	5.000
4.	Konsumen			
	a. Harga Beli	12.500	20.000	20.000
	Total Biaya		3.633,5	3.879,15
	Total Keuntungan		3.866,5	3.620,85
	Total Margin		7.500	7.500
	<i>Farmer's share</i>		62,5	83,34

Sumber: *Data Primer Setelah Diolah, 2023.*

Berdasarkan Tabel 2. Pada saluran I yaitu penyaluran salak pondoh langsung dari petani ke konsumen tanpa perantara, dengan harga jual yaitu Rp. 12.500/Kg, sehingga pada saluran I ini margin pemasarannya sebesar Rp 0. Saluran II yaitu pola penyaluran salak pondoh dari petani melewati pedagang pengecer sampai ke konsumen. diketahui salak pondoh dijual oleh petani dengan harga Rp.12.500/Kg ke pengecer, kemudian dijual kembali oleh Pengecer kepada konsumen akhir yaitu dengan harga Rp.20.000/Kg sehingga margin pemasaran pada saluran II adalah sebesar Rp.7.500/Kg dan persentase *share* yang diterima oleh petani sebesar 62,5%. Saluran III diketahui salak pondoh dijual oleh petani dengan harga Rp.12.500/Kg. Saluran penyaluran salak pondoh dari petani melewati pengumpul kemudian dijual kembali oleh pedagang pengecer kepada konsumen akhir dengan harga Rp.20.000/Kg. sehingga margin pemasaran pada saluran III adalah sebesar Rp.7.500/Kg dan persentase *share* yang diterima oleh petani sebesar 83,34%. Harga yang diterima Konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual yang diterima petani pada saluran pemasaran II dan III, yang mengakibatkan Margin pemasaran pada Saluran II dan III sehingga harga yang diterima konsumen lebih mahal. Menurut Faika (2015) menyatakan bahwa setiap lembaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga yang signifikan dari petani hingga konsumen yang mengakibatkan harga ditingkat konsumen lebih tinggi.

Margin pemasaran ini merupakan salah satu cara untuk melihat apakah saluran pemasaran tersebut efisien atau tidak. pemasaran dikatakan tidak efisien bila semakin panjang tata niaga, karena menyebabkan semakin besar margin pemasaran dan harga yang diterima petani semakin kecil (Daniel, 2002).

#### *Farmer's Share pada Rantai Pasok.*

Farmer's Share merupakan indikator efisiensi pemasaran selain margin pemasaran.

Indikator ini mengukur seberapa besar bagian yang diterima petani salak sebagai balas jasa atas kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual akhir salak pada sebuah saluran pemasaran. Downey dan Erickson (1992), Menggunakan pendekatan yang dipakai bila bagian yang diterima produsen >40% maka *farmers's share* dikatakan efisien, dan bila bagian yang diterima produsen <40% berarti *farmer's share* belum efisien.

Hasil Penelitian rata-rata harga jual yang diterima petani adalah Rp 12.500/kg salak. Nilai persentase keuntungan petani atau bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran II adalah sebesar 62,5 % dan pada saluran pemasaran III adalah sebesar 83,34% dari harga tingkat konsumen yaitu Rp 20.000/kg. Hal ini menyatakan bahwa semua saluran tergolong efisien (nilai FS > 40%) karena petani menerima harga yang biasa dikatakan tidak terlalu murah. Nilai *farmer's share* terlihat pada Tabel 2.

#### **Efisiensi Distribusi Pada Rantai Pasok.**

Efisiensi saluran pemasaran salak pondoh dilakukan untuk mengetahui efisiensi masing-masing saluran pemasaran, maka perlu dilihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk setiap model saluran pemasaran salak pondoh. Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa efisiensi distribusi rantai pasok salak pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai termasuk efisien yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 18,17% dan pada saluran III sebesar 19,39% artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut. Menurut Roesmawaty (2011), kaidah keputusan pada efisiensi distribusi rantai pasok adalah 1.0-33 % dikatakan efisien.

Tabel 3. Analisis Efisiensi Pemasaran Salak Pondoh Di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai.

No	Keterangan	Saluran pemasaran		
		I	II	III
1.	Harga Salak Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	12.500	20.000	20.000
2.	Total Biaya Pemasaran	-	3.633,5	3.879,15
	Efisiensi Pemasaran	0	18,17	19,39

Sumber: *Data Primer Setelah Diolah, 2023*

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian Analisis Rantai Pasok salak pondoh di Desa Sumber Mulya Kecamatan Simpang Raya Kabupaten Banggai sebagai berikut:

- Karakteristik pelaku rantai pasok yaitu:
  - umur sebagian besar responden berada dalam usia produktif, (2) lama pendidikan petani rata-rata tamat SMP, pedagang pengumpul tamat SMA, pedagang pengecer tamat SMP dan SMA dan konsumen akhir sebagian tamat SMA dan Perguruan Tinggi, (3) pengalaman berusaha petani rata-rata 13-19 tahun, pedagang pengumpul bervariasi dari 1-20 tahun dan pedagang pengecer lebih banyak pada 6-12 tahun, (4) jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 1-2 jiwa, pedagang pengumpul 3-4 jiwa, pedagang pengecer 1-2 jiwa dan konsumen akhir 1-2 jiwa.
- Mekanisme aliran produk rantai pasok salak pondoh di daerah penelitian hanya terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir, aliran keuangan yang mengalir dari konsumen sampai ke petani salak pondoh, dan aliran informasi yang mengalir dari petani salak pondoh sampai ke konsumen akhir atau sebaliknya.
- Biaya Distribusi yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran II yaitu Rp. 3.633,5/kg, dan pada saluran III sebesar 3.879,15/kg, margin pemasaran sebesar Rp.7.500/kg. Nilai *farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 62,5%, dan pada saluran III sebesar 83,34% dan dikatakan efisien.

Efisiensi distribusi rantai pasok di daerah penelitian termasuk efisien yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 18,17% dan pada saluran III sebesar 19,39% artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut.

### Saran.

Berdasarkan kesimpulan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- Bagi petani sebaiknya memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mengetahui kualitas produk yang diinginkan konsumen dan mengetahui harga jual salak pondoh agar dapat memilih pola pemasaran yang lebih efisien sehingga mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan yang meningkat.
- Bagi pemerintah diharapkan mengambil peran dalam peningkatan produksi seperti membantu petani untuk mendapatkan bantuan alat ataupun mesin yang berfungsi untuk mempermudah penanganan produksi salak pondoh. serta pengembangan daerah sentral salak pondoh agar daerah tersebut lebih dikenal luas di luar daerah produksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ali, M., & Abdulai, A. 2010. *The adoption of genetically modified cotton and poverty reduction in Pakistan*.

- Journal of Agricultural Economics, 61(1), 175-192.
- Asmarantaka, RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2015. *Inovasi hortikultura pengungkit peningkatan pendapatan rakyat*. IAARD Press. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah. 2006. *Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah*. Palu.
- Daniel, M 2002. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Dewi A. 2014. *Analisis Tataniaga Salak Pondoh di Desa Wonokerto Kecamatan Turi Kabupaten Sleman*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Downey, W. D dan S. P. Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Faika, E. F. 2015. *Analisis Margin dan Efisiensi pemasaran Day Old Duck (DOD) pada beberapa lembaga pemasaran di kabupaten sidrap*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar. <https://core.ac.uk/download/pdf/77625304.pdf>
- Hasanudin Ali., Nur Hajati dan Budi Wahono. 2018. *Analisis manajemen dan kinerja rantai pasokan produk kaos pada industri tekstil maker garment Denpasar*. J. Riset Manajemen: 36 – 51.
- Januwiaata, I. Kadek., Dunia I. Kadek dan L. Indrayani. 2014. *Analisis saluran pemasaran usahatani jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013*. J. Agri Sosioekonomi 4 (1) :112. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/4017>
- Kementerian Pertanian. 2021. Laporan Kinerja Kementerian Pertanian
- Marpaung, M., U. Ahmad dan N. Edhi. 2015. *Pelapis nanokomposit untuk pengawetan salak pondoh terolah minimal*. J. Keteknikan Pertanian. 3 (1): 73 – 80.
- Mosher, A. T. 1996. *Menggerakkan Dan Membangun Pertanian, Syarat-Syarat Mutlak Pembangunan Dan Modernisasi*. Yasaguna, Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Sistem Akutansi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Pujawan, I. 2010. *Supply Chain Management*. Penerbit Guna Widya, Surabaya.
- Puspitawati dan Wardhani. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Komoditi Cabai (Capsicum Annum L) Pada Beberapa Saluran Pemasaran di Kota Madiun*. Jurnal Agri-Tek, 14(1): 72-86.
- Riduwan, 2013 *Dasar-Dasar Statistika, Edisi revisi*. Alfabeta, Bandung.
- Robbins, P. Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan. Erlangga, Jakarta.
- Roesmawati, H. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Organ Komering Ulu*. Jurnal Agromobis, 3(5): 19-21.
- Shiferaw, B., Okello, J., & Reddy, R. V. 2009. *Adoption and adaptation of natural resource management innovations in smallholder agriculture: reflections*

- on key lessons and best practices. Environment, Development and Sustainability*, 11(3), 601-619.
- Soekartawi. 2004. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press Malang.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Sonny. 2008. *Profil dan Keterlibatan Pekerja Wanita pada Industri Rumah Tangga Pengolahan Pangan di Kabupaten Jember*. Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol 3, No 2.
- Supriatna Yuda, Yoga Adiyanto dan Deni Sunaryo. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. Serang: CV Qiara Media.
- Todaro, Michael. 2004. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Penerbit Erlangga Edisi Kedelapan, 2004.
- Turner, D. P. (2020). *Sampling Methods in Research Design*. Headache, 60, 8-12.
- Wibowo. (2014). *Manajemen Kinerja*. Edisi Keempat. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wirosuhardjo, Kartomo. 2007. *Dasar-Dasar Demografi*. Jakarta: Lembaga Demografi FEUI.