

Analisis Rantai Pasok Bunga Melati Di Kabupaten Batang

(Analysis Supply Chain Of Jasminum Sambac In Batang Regency)

Rizal Muttaqin¹, Titik Ekowati², Mukson²

^{1,2} Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian,
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
Penulis korespondensi: rmuttaqin7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aliran produk, keuangan, informasi, menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok melati di Kabupaten Batang dan menganalisis perbedaan efisiensi pemasaran pada rantai pasok di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang dengan alasan Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang merupakan sentra produksi melati terbesar di Kabupaten Batang. Penentuan responden petani dilakukan menggunakan metode *Simple Random Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu 27 responden di Kecamatan Batang dan 33 responden di Kecamatan Kandeman. Penentuan responden *off farm* menggunakan metode *Snowball Sampling* yaitu 11 responden pengepul, 6 responden pedagang besar dan 7 responden pengecer. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, metode analisis efisiensi pemasaran dan menggunakan uji beda *independent sample t-test*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa aliran produk pada rantai pasok bunga melati bergerak dari petani sampai kepada konsumen, aliran keuangan bergerak dari konsumen ke petani dan aliran informasi berjalan dua arah, yaitu dari dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang efisien. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari efisiensi pemasaran antara Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang.

Kata Kunci: efisiensi pemasaran, melati, rantai pasok

ABSTRACT

This study aims to determine the flow of products, finance, information, analyze marketing efficiency in the supply chain of jasminum sambac in Batang Regency and analyze the differences jasminum sambac marketing efficiency in the supply chain between Kandeman District and Batang District. This research was conducted in September 2018. The research method used was the survey method. The research was carried out in Kandeman District and Batang District because were the largest centers of jasmine production in Batang Regency. Determination of farmer respondents was carried out using the Simple Random Sampling method using the Slovin formula, namely 27 respondents in Batang District and 33 respondents in Kandeman District. Determination of off farm respondents using the Snowball Sampling method, namely 11 collectors, 6 wholesaler respondents and 7 retail respondents. The analytical method used is descriptive method, marketing efficiency analysis method and using a different test independent sample t-test. The results of the research show that the product flow in the jasminum sambac supply chain moved from the farmer to the consumer, the financial flow moved from the consumer to the farmer and the information flow runs in two directions, namely from upstream to downstream and downstream to upstream. Marketing in the supply chain of jasminum sambac in Batang Regency was efficient. There was no difference in marketing efficiency between Kandeman District and Batang District.

Keywords: jasmine, marketing efficiency, supply chain.

PENDAHULUAN

Bunga melati merupakan tanaman bunga hias. Bunga melati yang di budidayakan di Indonesia ada 2 jenis, yaitu bunga melati putih (*Jasminum sambac*) dan bunga melati gambir (*Jasminum officinale*). Produksi bunga melati dalam periode 2012 – 2017 memperlihatkan *trend* yang positif, yaitu produksi terus meningkat setiap tahunnya, dengan rata – rata pertumbuhan produksi 7,95% per tahun (Badan Pusat Statistik, 2018). Sentra utama produksi bunga melati berada di jalur pantura di wilayah Jawa Tengah, dimana memberikan *share* 84,04% terhadap produksi nasional. Kabupaten Batang merupakan sentra terbesar untuk komoditas bunga melati, tepatnya berada di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang dengan rata – rata produksi per hektar per hari sekitar 16,2 Kg. Komoditas bunga melati di Kabupaten Batang memberikan *Share* terhadap produksi nasional sebesar 42,7%, sehingga bunga melati memiliki peluang yang sangat besar untuk dapat terus berkembang (Direkotrat Jenderal Hortikultura, 2017).

Peluang pasar bunga melati di dalam dan luar negeri cukup besar, namun produksi bunga melati Indonesia dan Jawa Tengah khususnya baru mampu memenuhi kurang lebih 22% dari kebutuhan bunga melati. Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga-lembaga tersebut memunculkan pola rantai pasokan. Pemenuhan permintaan tersebut mengalami beberapa kendala, diantaranya adalah ketersediaan produk yang tidak menentu setiap bulannya, belum tersedia teknologi yang memadai serta gangguan cuaca yang terkadang mengurangi jumlah produksi, tidak ada pemanfaatan atau pengolahan bunga melati menjadi sebuah produk olahan, rantai pemasaran yang panjang sehingga margin dari produsen ke konsumen tinggi dan struktur pasar yang

masih dipegang penuh oleh pedagang besar dan pengepul sehingga nilai tukar petani rendah. Rantai pasok dapat digunakan untuk mengetahui alur distribusi produk mulai dari tingkat pertama yaitu produsen sampai ke tingkat akhir yaitu konsumen, serta digunakan untuk mengetahui aliran informasi, produk, keuangan dan efisiensi rantai pasok bunga melati sehingga dapat membantu dalam pemecahan masalah bunga melati seperti kontinuitas produk, penanganan pascapanen bunga melati dan rantai pemasaran yang panjang sehingga margin pemasaran tinggi di Kabupaten Batang. Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian tentang Analisis Rantai Pasok Komoditas Bunga Melati di Kabupaten Batang.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi komoditas bunga melati di Kabupaten Batang (2) Menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang (3) Menganalisis perbedaan efisiensi pemasaran pada rantai pasok komoditas bunga melati di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober – November 2018 di Kecamatan Batang dan Kecamatan Kandeman Kabupaten Batang. Penentuan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang merupakan sentra produksi bunga melati terbesar di Kabupaten Batang dan pemasok utama produksi bunga melati di Jawa Tengah. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode survei yaitu dengan cara mengambil sampel dari beberapa populasi dengan cara melakukan wawancara menggunakan kuesioner.

Penentuan responden petani

dilakukan menggunakan metode *Simple Random Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu 27 responden di Kecamatan Batang dan 33 responden di Kecamatan Kandeman. Penentuan responden *off farm* menggunakan metode *Snowball Sampling* yaitu 11 responden pengepul, 6 responden pedagang besar dan 7 responden pengecer.

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Metode pengolahan dan analisis data mengenai rantai pasok (aliran produk, keuangan dan informasi) bunga melati menggunakan analisis deskriptif.

Metode analisis yang digunakan mengetahui efisiensi pemasaran pada rantai pasok komoditas bunga melati di Kabupaten Batang adalah dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran tersebut dapat diketahui dengan menghitung nilai marjin pemasaran dan *share* pemasaran.

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui perbedaan efisiensi pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang adalah dengan menggunakan perhitungan Microsoft Excel dan SPSS. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan uji beda parametrik yaitu uji beda *Independent Sample t-test*.

Hipotesis yang akan diuji adalah:

Ho: $\mu_1 - \mu_2 = 0$, efisiensi rantai pasok pada Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang di Kabupaten Batang tidak terdapat perbedaan.

H1: $\mu_1 - \mu_2 \neq 0$, efisiensi rantai pasok pada Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang di Kabupaten Batang terdapat perbedaan. Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Ho ditolak dan H1 diterima jika Sig. 2 tailed $\leq 0,05$. Ho diterima dan H1 ditolak jika Sig. 2 tailed $> 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pelaku rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang meliputi petani, pengepul, pedagang besar dan pengecer. Identitas atau data responden merupakan gambaran umum dan latar belakang dalam menjalankan suatu kegiatan usahatani. Data responden meliputi usia, lama bertani dan pendidikan.

1. Usia

Jumlah responden petani sebanyak 60 orang petani yang terdiri dari 38 responden dengan usia produktif dan 22 non produktif, responden pengepul sebanyak 11 yang terdiri dari 9 responden dengan usia produktif dan 2 non produktif, responden pedagang besar sebanyak 6 yang keseluruhan dalam usia produktif dan responden pengecer sebanyak 7 yang keseluruhan dalam usia produktif. Usia produktif berada di umur 15 – 55 tahun sehingga dapat lebih dinamis dalam inovasi dan teknologi.

2. Lama Usahatani

Lama usahatani dari responden adalah pada rentang 1 – 10 tahun, 7 petani, 4 pengepul, 1 pedagang besar dan 4 pengecer. Pada rentang 11 – 20 tahun, 12 petani, 2 pengepul, 1 pedagang besar dan 1 pengecer. Pada rentang 21 – 30 tahun, 21 petani, 5 pengepul, 4 pedagang besar dan 1 pengecer. Pada rentang 31 – 40, 41 – 50 dan 51 – 60 tahun berturut – turut adalah 9, 7 dan 1 petani. Lama usahatani sangat mempengaruhi pengetahuan, kemampuan dan pengambilan keputusan yang rasional dan menguntungkan untuk usahatannya.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan terakhir dari masing – masing responden adalah pada tingkat pendidikan yang tidak sekolah, 7 petani dan 1 pengecer. Pada

tingkat pendidikan SD, 43 petani, 6 pengepul dan 4 pengecer. Pada tingkat pendidikan SMP, 5 petani, 3 pengepul, 3 pedagang besar dan 2 pengecer. Pada tingkat pendidikan SMA, 5 petani, 2 pengepul dan 2 pedagang besar. Pada tingkat pendidikan akademi/perguruan tinggi hanya terdapat 1 pedagang besar.

Aktivitas Pelaku Rantai Pasok Bunga Melati

Aktivitas pelaku pemasaran bunga melati di Kabupaten Batang meliputi aktivitas fisik, fasilitas dan pertukaran.

1. Petani

Aktivitas fisik petani bunga melati adalah budidaya dan pemanenan. Budidaya dilakukan selama masa periode bunga melati, yaitu 5 – 10 tahun dengan umur pertama kali panen adalah 8 bulan. Produksi rata – rata yang dihasilkan petani bunga melati adalah 946,4 kg/musim. Aktivitas pertukaran yang dilakukan petani bunga melati adalah penjualan dan pembelian. Petani menjual hasil produksi kepada pengepul. Jumlah produksi bunga melati rata – rata yang dijual petani adalah 946,4 kg/musim dengan harga jual rata – rata yaitu Rp 26.727/kg.

2. Pengepul

Aktivitas fisik yang dilakukan pengepul bunga melati adalah penyimpanan. Bunga melati yang telah didapatkan dari petani disimpan terlebih dahulu sebelum dikirim kepada pedagang besar dan pengecer. Aktivitas pertukaran yang dilakukan pengepul adalah pembelian dan penjualan. Pembelian yang dilakukan pengepul adalah dengan membeli bunga melati dari petani dengan cara langsung mendatangi petani dengan harga beli dari petani yaitu 26.727/kg. Jumlah produksi rata – rata yang dijual pengepul adalah 946,4 kg/musim dengan harga jual rata – rata Rp 32.545/kg.

3. Pedagang Besar

Aktivitas fisik pedagang besar bunga melati adalah penyimpanan dan pengangkutan. Aktivitas fasilitas pedagang besar bunga melati adalah sortasi dan *grading*. Sortasi dilakukan dengan membedakan bunga melati yang layak dan tidak layak untuk dijual. Aktivitas pertukaran yang dilakukan pedagang besar adalah penjualan dan pembelian. Penjualan oleh pedagang besar dilakukan dengan menjual bunga melati kepada konsumen. Pedagang besar membeli bunga melati dari pengepul dengan cara langsung mendatangi pengepul atau didatangi oleh pengepul. Jumlah produksi rata – rata yang dibeli oleh pedagang besar dari pengepul adalah 736,66 kg/musim, dengan harga beli rata – rata sebesar Rp 32.545/kg.

4. Pengecer

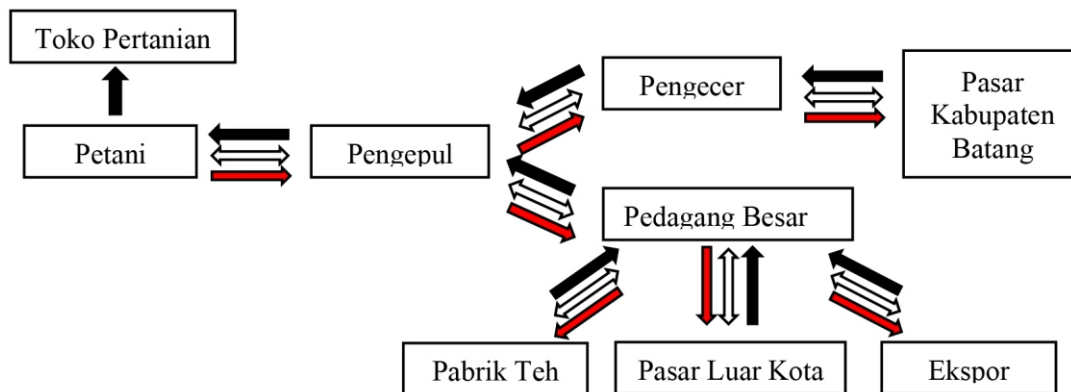
Aktivitas fisik pengecer bunga melati adalah penyimpanan. Aktivitas pertukaran adalah penjualan dan pembelian. Penjualan yang dilakukan oleh pengecer mempunyai target konsumen masyarakat yang membutuhkan bunga melati untuk kebutuhan. Pembelian bunga melati dilakukan dengan cara pengepul mengantarkan bunga melati kepada pengecer. Jumlah produksi rata – rata bunga melati yang dibeli pengecer yaitu 209 kg/musim dengan harga beli rata – rata dari pengepul sebesar Rp 67.857/kg.

5. Konsumen

Aktivitas pertukaran yang dilakukan konsumen adalah pembelian. Pembelian dilakukan dengan membeli bunga melati dari pedagang besar dan pengecer. Bunga melati yang dibeli dipergunakan untuk kebutuhan ritual, *wedding organizer* dan diolah menjadi produk lain. Jumlah produksi rata – rata bunga melati yang dibeli konsumen yaitu 946,4 kg/musim dengan harga beli rata – rata sebesar Rp 68.178/kg.

Analisis Rantai Pasok Komoditas Bunga Melati (Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi)

Pola aliran produk, keuangan dan informasi rantai pasok bunga melati dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Pola Aliran Produk, Keuangan dan Informasi Rantai Pasok Bunga Melati

Keterangan:

- : Aliran Produk
- ← : Aliran Keuangan
- ↔ : Aliran Informasi

1. Aliran Produk

Pola aliran produk komoditas bunga melati bergerak dari petani sampai kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Yuniar (2012) yang menyatakan bahwa aliran produk atau komoditas biasanya mengalir dari hulu (petani) ke hilir (konsumen). Hal tersebut didukung oleh pendapat Wuwung (2013) yang menyatakan bahwa aliran produk pada rantai pemasaran membutuhkan beberapa elemen yakni produsen, aliran, fungsional, saluran (*channel*), konsumen dan sub sistem lingkungan.

2. Aliran Keuangan

Aliran keuangan komoditas bunga melati bergerak dari konsumen menuju ke petani. Hal ini sesuai dengan pendapat Widisatriani *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa aliran keuangan merupakan perpindahan uang yang mengalir dari hilir ke hulu atau mengalir dari konsumen hingga petani produsen.

Aliran keuangan sangat penting dalam rantai pasok karena menentukan kelancaran dari aliran yang lain, yaitu produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Renaldi *et al.*, (2013) yang menyatakan bahwa aliran keuangan akan menentukan kelancaran dan kesinambungan dalam aliran produk.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi pada rantai pasok komoditas bunga melati di Kabupaten Batang berjalan dua arah, yaitu dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Aliran informasi dapat dikatakan lancar ketika aliran informasi yang terjadi terdapat kemudahan dalam penyampaian dan dapat langsung diterima dengan cepat dan tepat. Ketidaklancaran aliran informasi akan mengakibatkan proses perpindahan barang atau jasa tersebut menjadi terlambat dan tidak sesuai jadwal yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan

pendapat Tjipto (2014) yang menyatakan bahwa kriteria aliran informasi yang lancar adalah terdapat kemudahan dalam menyampaikan informasi sehingga informasi tersebut dapat cepat tersampaikan.

Efisiensi pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang

Marjin pemasaran dan *share* pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai Marjin Pemasaran dan *Share* Pemasaran Bunga melati Berdasarkan Pola Distribusi di Kabupaten Batang.

No	Uraian	Marjin Pemasaran	<i>Share</i> Pemasaran
		---Rp---	----%---
1.	Pola 1	7.273	78,6
2.	Pola 2	18.273	59,3
3.	Pola 3	108.987	19,6
4.	Pola 4	31.273	46,1
	Rata – rata	41.451	50,9

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang efisien, karena nilai rata – rata *share* pemasaran yang dihasilkan adalah 50,9%, efisiensi pemasaran terjadi karena nilai *share* pemasaran yang dihasilkan lebih dari 40%. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Putri *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa kaidah keputusan menurut Downey dan Rickson adalah jika nilai *share* pemasaran $\geq 40\%$ maka pemasaran dikategorikan efisien, sedangkan jika nilai *share* pemasaran $\leq 40\%$ maka dikategorikan tidak efisien. Kemudian nilai rata – rata marjin pemasaran yang dihasilkan adalah Rp 41.451 dan nilai rata – rata keuntungan pedagang adalah Rp 5.227.286/musim pada saat musim kemarau, efisiensi pemasaran terjadi karena nilai marjin

pemasaran tidak terlalu besar dan keuntungan yang diambil pedagang relatif kecil. Hal ini sesuai dengan pendapat Muslim dan Darwis (2012) yang menyatakan bahwa efisiensi saluran pemasaran dilihat dari seberapa besar marjin dari sebuah saluran pemasaran dapat dinikmati oleh petani dan total keuntungan yang diambil oleh pedagang relatif lebih kecil atau sedikit dari biaya pemasarannya.

Perbedaan efisiensi pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang

Marjin pemasaran dan *share* pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Marjin Pemasaran dan *Share* Pemasaran Bunga melati Berdasarkan Pola Distribusi di Kabupaten Batang.

No	Uraian	Kecamatan Kandeman		Kecamatan Batang	
		Marjin Pemasaran	<i>Share</i> Pemasaran	Marjin Pemasaran	<i>Share</i> Pemasaran
		---Rp---	----%---	---Rp---	----%---
1.	Pola 1	7.273	78,6	-	-
2.	Pola 2	18.273	59,3	18.273	59,3
3.	Pola 3	-	-	108.987	19,6
4.	Pola 4	31.273	46,1	31.273	46,1
	Rata – rata	18.939	61,3	52.844	41,6

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada Tabel 2. dapat dilihat bahwa pola rantai pasok bunga melati di Kecamatan Kandeman adalah pola 1, pola 2 dan pola 4, sedangkan pola rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang adalah pola 2, pola 3 dan pola 4. Nilai rata – rata dari marjin pemasaran dan *share* pemasaran Kecamatan Kandeman berturut turut adalah Rp 18.939 dan 61,3%. Nilai rata – rata dari marjin pemasaran dan *share* pemasaran Kecamatan Batang berturut turut adalah Rp 52.844 dan 41,6%. Hasil uji beda *Independent sample t-test* pada marjin pemasaran didapatkan hasil nilai dari Sig. 2 tailed adalah sebesar 0,310. Hasil uji beda *Independent sample t-test* pada *share* pemasaran didapatkan hasil nilai Sig. 2 tailed adalah sebesar 0,260. Hasil tersebut menunjukkan angka $>0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari efisiensi pemasaran antara Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang.

Hasil yang telah diperoleh yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang karena kedua kecamatan merupakan sentra utama komoditas bunga melati di Kabupaten Batang sehingga luas lahan dan jumlah petani melati banyak. Jumlah petani yang banyak membuat kelompok tani lebih hidup dan dapat saling berkoordinasi.

Selain luas lahan dan jumlah petani, lembaga pemasaran atau pedagang di kedua kecamatan juga banyak, sehingga pelaku rantai pasok lebih lengkap. Pemasaran dapat langsung dilakukan dengan jarak yang terjangkau atau dekat dengan wilayah tersebut dan biaya yang harus dikeluarkan untuk pemasaran relatif lebih sedikit. arjin pemasaran dan *share* pemasaran di Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang dapat mengadakan pembagian keuntungan yang adil sehingga dikategorikan efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Istiyanti (2010) yang menyatakan bahwa analisis pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang dapat ditarik kesimpulan bahwa aliran produk pada rantai pasok bunga melati bergerak dari petani sampai kepada konsumen, kemudian aliran keuangan pada rantai pasok bunga melati bergerak dari konsumen menuju ke petani dan aliran informasi pada rantai pasok bunga

melati berjalan dua arah, yaitu dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Pemasaran pada rantai pasok bunga melati di Kabupaten Batang efisien, karena nilai rata – rata *share* pemasaran yang dihasilkan adalah 50,9% dan nilai rata – rata margin pemasaran yang dihasilkan adalah Rp 41.451. Nilai rata – rata dari margin pemasaran dan *share* pemasaran Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang berturut turut adalah Rp 18.939 dan 61,3% serta Rp 52.844 dan 41,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari efisiensi pemasaran antara Kecamatan Kandeman dan Kecamatan Batang.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan beberapa hal yaitu sebaiknya dilakukan pembukuan penjualan dan pembelian dan perlu dikelola dengan manajemen yang baik sehingga memiliki data atau arsip yang lengkap dan dapat digunakan sewaktu – waktu apabila diperlukan. Gabungan kelompok tani harus segera dimanfaatkan dengan maksimal agar dalam penjualan petani mempunyai nilai tawar yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. Indonesia Dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Direkotrat Jenderal Hortikultura. 2017. Statistik Produksi Hortikultura. Kementrian Pertanian, Jakarta.
- Istiyanti, E. 2010. Efisiensi Pemasaran cabai merah keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. J. Pertanian MAPETA. 12: 72 – 144.
- Muslim, C dan V. Darwis. 2012. Keragaan kedelai nasional dan analisis *farmer share* serta efisiensi saluran pemasaran kedelai di Kabupaten Cianjur. J. SEPA. 9(1): 1 – 11.
- Putri, Y. R., I. Santoso dan W. Roessali. 2014. *Farmer share* dan efisiensi saluran pemasaran kacang hijau (*Vigna Radiate, L.*) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan. J. Agriwiralodra. 6: 28 – 34.
- Renaldi, E., T. Karyani., A. H. Sadeli dan H. N. Utami. 2013. Model pembiayaan pra panen pada rantai pasok agribisnis berdasarkan sistem produksi komoditas cabai merah dengan orientasi pasar terstruktur. J. Sosiohumaniora. 15: 253 – 260.
- Tjipto, A. I. 2014. Analisis kinerja pemasok pada manajemen rantai pasokan perusahaan jasa konstruksi. J. Manajemen. 1: 1 – 12.
- Widisatriani, G. A., I. W. Widyantara dan I. G. A. L. Angreni. 2015. Manajemen rantai pasok benih cabai rawit di desa Batuan Kaler, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. J. Agribisnis dan Agrowisata. 4: 289 – 297.
- Wuwung, S. C. 2013. Manajemen rantai pasokan produk cengkeh pada desa Wamona Minahasa Selatan. J. EMBA. 1: 230 – 238.