

Pendampingan Peningkatan Pengetahuan dan Keahlian Petani dalam Mengoptimalkan Produksi Nenas Melalui Pemasaran dan Analisis Harga Produk

Ulfa Afifah¹, Mayla Khoiriyah^{2*}, Raja Adri Satriwan³, Arumega Zarefar⁴, Atika Zarefar⁵, Vera Oktari⁶, Ruhul Fitrios⁷

¹Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: ulfa.afifah@lecturer.unri.ac.id

²Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: mayla.khoiriyah@lecturer.unri.ac.id

³Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: rajaadri@gmail.com

⁴Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: arumega@lecturer.unri.ac.id

⁵Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: atikazarefar@lecturer.unri.ac.id

⁶Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: vera.oktari@lecturer.unri.ac.id

⁷Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: ruhul.fitrios@lecturer.unri.ac.id

*Email corresponding author

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini merupakan bentuk langkah konkret dalam menjalankan amanat tridharma perguruan tinggi. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pendampingan agar pengetahuan dan keahlian masyarakat meningkat sehingga hasil produksi nenas masyarakat dapat dioptimalkan melalui pemasaran dan analisis harga produk. Pengabdian dilakukan pada Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar. Hal ini dikarenakan masih belum efektifnya saluran pemasaran dan kurangnya pengetahuan serta keahlian petani dalam menjalankan usaha produk turunan nenas yang efektif dan efisien. Pengabdian ini diharapkan berkontribusi dapat meningkatkan produktivitas petani nenas di Desa Kualu Nenas, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Luaran kegiatan ini berupa artikel ilmiah dan publikasi media massa.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan metode ceramah tentang penyusunan laporan keuangan dan perhitungan harga produk bagi petani nenas. Kegiatan dilakukan dengan memberikan dasar-dasar penyusunan laporan keuangan seperti laporan laba rugi dan neraca serta klasifikasi biaya yang digunakan dalam menentukan biaya produk serta cara dalam memasarkan produk. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini, diharapkan petani nenas dapat mengetahui pencatatan dan perhitungan akuntansi sederhana dan strategi pemasaran produk.

Kata kunci: pendampingan, penyusunan, laporan keuangan

Abstract

This activity is carried out in the form of assistance so that the community's knowledge and expertise increase so that the community's pineapple production can be optimized through marketing and product price analysis. The service was carried out in Kualu Nenas Village, Kampar Regency. This is due to the ineffectiveness of marketing channels and the lack of knowledge and expertise of farmers in running effective and efficient pineapple derivative product business. This service is expected to contribute to increasing the productivity of pineapple farmers in Kualu Nenas Village, so that it can improve standard of living of the community. The output of this activity is a scientific articles and mass media publications.

This service activity was carried out using a lecture method on the preparation of financial reports and product price calculations for pineapple farmers. The activity was carried out by providing the basics of preparing financial statements such as income statements and balance sheets as well as the classification of costs used in determining product costs and ways to market products. With the implementation of this activity, it is hoped that pineapple farmers can know the recording and calculation of simple accounting and product marketing strategies.

Keywords: *training, preparing, financial statement*

Article History:

Submitted : 09-06-2024

Accepted : 18-06-2024

Published : 30-06-2024

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara agraris terbesar di dunia. Dengan demikian sektor pertanian berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Hal tersebut terbukti dari mayoritas penduduk Indonesia yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian. Jika dilihat dari sisi geografis, Indonesia terletak pada daerah tropis sehingga memiliki curah hujan yang tinggi dan tanah yang subur untuk pertanian di keseluruhan wilayahnya. Salah satu komoditas unggulan pertanian Indonesia adalah nenas. Secara internasional, Indonesia menempati posisi lima besar sebagai negara dengan produksi nenas terbanyak setelah Kosta Rika, Brazil, Filipina dan India. Budidaya tanaman nenas terdapat di keseluruhan wilayah. Hal tersebut dikarenakan potensi tanaman ini memiliki prospek bagus baik dari sisi nilai ekonomi maupun cara budidayanya yang tergolong mudah, ditambah lagi keadaan tanah yang mendukung untuk budidaya nenas. Berdasarkan data terbaru Badan Pusat Statistik terbaru, produksi buah nenas di Indonesia mengalami peningkatan dua tahun terkahir yaitu 2,8 juta ton pada tahun 2021 dan 3,2 juta ton pada tahun 2022 [1]. Hasil ini sudah diekspor ke negara-negara di Timur Tengah, Eropa dan Asia sebanyak 250 ribu ton pertahun [2].

Di Provinsi Riau, nenas juga memiliki potensi yang sangat bagus khususnya di kabupaten Kampar yang merupakan sentra pengembangan komoditas nenas. Produksi tinggi pada tahun 2020 mencapai 214. 277 ton [1], yang menunjukkan potensi besar untuk perekonomian daerah tersebut. Namun, potensi ini masih belum diupayakan secara optimal karena tingkat persaingan yang tinggi dengan produk hortikultura lain, masih rendahnya kualitas nenas serta informasi harga dan pasar masih belum secara transparan sampai ke tingkat petani. Secara umum beberapa ciri yang melekat pada pengembangan nenas adalah pengembangan yang kurang terencana, petani mengusahakan suatu tanaman lebih pada informasi harga pada musim-musim sebelumnya, sementara keseimbangan jumlah pasokan dan permintaan belum dapat diantisipasi dengan baik.

Jika ditinjau dari sisi ekonomi, tentu pertanian ini sebenarnya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah belum adanya produk turunan yang memiliki daya saing dari nenas, cara pemasaran yang masih konvensional dan analisis usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan ilmu akuntansi dan keuangan.

Dari segi pemasaran misalnya, cara pemasaran yang dilakukan oleh petani nenas menimbulkan margin yang rendah untuk petani. Hal ini terjadi karena banyaknya pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran dari petani hingga ke konsumen akhir. Margin pemasaran yang terbentuk pada setiap saluran disebabkan oleh biaya-biaya yang timbul akibat aktivitas pemasaran yang dilakukan serta keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran [3]. Semakin banyak lembaga yang terlibat, semakin besar pula margin pemasarannya dan mengakibatkan tingginya perbedaan harga ditingkat petani dan konsumen. Di samping itu, produk turunan yang merupakan hasil olahan nenas masih belum banyak dilakukan. Padahal, nenas jika diolah dapat memberikan keuntungan ekonomi yang bagus untuk petani. Namun, permasalahan lain akan muncul ketika adanya produk olahan tersebut. Permasalahan utamanya adalah analisis produk yang harus dilakukan secara tepat agar usaha yang

dilakukan oleh petani. Hal ini kemudian, membuat usaha masyarakat yang masih masyarakat tidak berkemabang optimal bahkan rentan terhadap kebangkrutan. Analisis efektivitas pemasaran pada petani juga sudah dilakukan oleh Sofanudin [4].

Berdasarkan penjelasan di atas, maka harus diberikan solusi-solusi pemecahannya. Oleh karena itu pengabdian ini sangat perlu dilakukan yaitu dengan optimalisasi produksi nenas melalui pemasaran berbasis digital dan pelatihan analisis harga produk pada petani nenas. Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dengan melakukan pemberian seminar literature, praktik pemasaran, memberikan contoh kasus dan praktik analisis harga produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat akan dilakukan pada di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi petani nenas dan dapat menjadi bekal untuk meningkatkan perekonomiannya.

Desa Kualu Nenas merupakan salah satu desa yang unik dan memiliki potensi besar dari sisi geografis, ekonomi, sosial dan budaya. Berdasarkan data yang berikan Pemerintah Desa, wilayah desa ini memiliki luas ± 1.600 Ha, dengan luas pemukiman ± 200 Ha, ± 415 Ha pertanian sawah/ ladang, ± 630 Ha perkebunan. Iklim yang dimiliki adalah musim kemarau dan musim hujan yang sangat cocok untuk pertanian nenas. Dari sisi keterjangkauan, Desa Kualu Nenas memiliki jarak ke ibukota kabupaten 25 KM atau dengan waktu tempuh sekitar 30 menit. Sedangkan ke ibu kota kecamatan hanya 4 KM dengan waktu tempuh lebih kurang 5 menit. Jumlah penduduk Desa Aursati sebanyak 3.160 orang dengan agama seluruhnya Islam. Pendidikan di Desa ini sudah cukup maju, dengan sekitar lebih dari 50% dari total penduduk sudah memiliki pendidikan minimal Sekolah Menengah Pertama (SMP) bahkan sudah ada beberapa orang yang menamatkan jenjang pendidikan S2, meskipun pada umunnya masih didominasi oleh penduduk yang berpendidikan SMP dan SLTA. Dengan kondisi seperti ini, sangat mendukung untuk dilakukan pengabdian kepada masyarakat dengan hasil yang optimal

2. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan aktivitas ekonomi seperti jual beli, margin merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan yang diterima oleh petani [5]. Pernyataan tersebut dapat dirumuskan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

Margin pemasaran merupakan *cost* dari pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran yang dapat dirumuskan:

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan

M : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Bp : Biaya Pemasaran (Rp/kg)

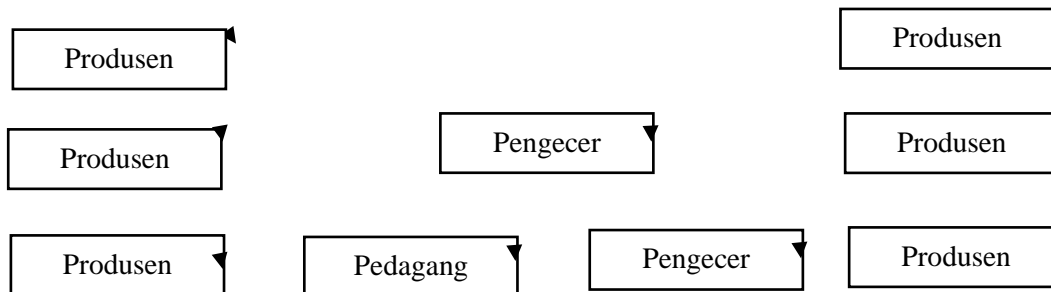
Kp: Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

Dengan demikian margin pemasaran dapat diartikan sebagai jumlah pendapatan (harga) yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir setelah melewati lembaga pemasaran. Artinya, semakin banyak pihak yang terlibat maka semakin besar margin pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan jarak antar kurva permintaan (demand) dan penawaran (supply) tingkat lembaga pemasaran dengan tingkat produsen yang terlibat, atau tingkat pengecer (retail) di pasar persaingan sempurna yang terdiri dari biaya dan keuntungan [4].

2.1 Efisiensi Saluran Pemasaran

Suatu saluran pemasaran disebut efisien adalah ketika memberikan kontribusi (share) yang adil, mulai dari petani, lembaga-lembaga pemasaran, sesuai dengan pengorbanan masing-masing dan konsumen merasa sanggup untuk mengeluarkan biaya untuk kepuasan tersebut [6]. Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya adalah suatu ukuran relative dan dapat berbeda satu sama lainnya. Apabila rantai pemasaran panjang maka biaya pemasarannya juga akan tinggi, margin pemasaran akan tinggi, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin tinggi serta harga yang diterima produsen akan semakin rendah, sehingga saluran pemasaran tersebut akan semakin tidak efisien [7]. Hal ini tentu saja memberikan arti bahwa saluran pemasaran yang efisien identik dengan saluran pemasaran yang pendek.

Panjangnya saluran dapat diindikasikan dengan jumlah tingkatan perantara dari produsen hingga ke konsumen. Saluran pemasaran dapat dibagi menjadi dua yaitu pemasaran langsung (*direct marketing channel*), tidak mempunyai tingkat perantara; perusahaan menjual langsung kepada konsumen. Saluran adalah saluran pemasaran tidak langsung (*indirect marketing channel*), mengandung satu atau beberapa perantara [3]. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran

2.2 Strategi Pemasaran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan kombinasi antara kegiatan promosi, harga, produk dan sistem distribusi. Dimana semuanya saling terkait satu sama lainnya, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif. Berikut ini hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran:

1. Atribut produk

Hal yang perlu diperhatikan adalah peningkatan kualitas produk dan fitur produk.

2. Pemberian Merek (Branding)

Merek sangat penting bagi suatu produk. Konsumen cenderung membeli produk dengan merek yang sudah baik citranya.

3. Strategi Harga Harga

Konsumen cenderung membeli barang pada harga yang bersaing. Pada umumnya harga juga menentukan kualitas, semakin bagus kualitas suatu produk maka akan meningkatkan harga produk tersebut.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

5. Strategi distribusi

Distribusi mengacu pada jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan sampai kepada konsumen. Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran karena dengan distribusi yang efektif barang akan cepat dipasarkan dan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.

2.3 Analisis Harga Pokok Produksi (HPP)

Sederhananya yang dimaksud dengan Harga Pokok Produksi adalah biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan selama menghasilkan suatu produk pada periode tertentu. Komponennya terdiri dari biaya pengadaan bahan baku, alat produksi, bahan pendukung produksi dan lain sebagainya. Tujuannya adalah untuk menentukan harga produk untuk dijual, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Dalam metode akuntansi, unsur dalam menghitung harga pokok produk ada tiga, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* [8].

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung ini merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk jenis bahan yang berkaitan langsung dengan pembentukan bagian atau integral yang pemakaiannya sangat signifikan dari bahan jadi. Contohnya adalah kayu dalam pembuatan meja, dimana meja yang merupakan produk jadi bagian utamanya adalah kayu

b. Biaya Tenaga Kerja

Merujuk pada pengeluaran untuk karyawan/tenaga kerja dalam proses pembuatan produk. Contohnya gaji dua orang karyawan dalam pembuatan meja.

c. Biaya tidak langsung/ overhead manufaktur

Biaya overhead ini terbagi dua yaitu:

- Bahan tidak langsung: dari perlengkapan kantor hingga bagian perbaikan untuk peralatan pabrik.
- Tenaga kerja tidak langsung: sumber daya manusia, akuntansi, pembelian, personil pemeliharaan fasilitas, manajemen.

2.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produk didasarkan pada jumlah pekerjaan dalam proses yang diselesaikan. Sebagaimana yang dijelaskan di atas, HPP ini terdiri dari BBL, BTKL, dan biaya *overhead*. Berikut ini merupakan cara dalam menghitung HPP:

- Barang-barang manufaktur dalam proses

- Ditambah biaya langsung (bahan + tenaga kerja),
- Ditambah overhead produksi
- Kurangi barang yang sedang berlangsung pada tanggal akhir perhitungan.

2.5 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Setelah diketahui Harga pokok produksi, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan berapa harga yang harus dijual untuk produk tersebut. Berikut ini adalah cara yang dilakukan untuk mengetahui harga pokok penjualannya:

$$\text{Harga Pokok Penjualan} = \text{Persediaan Barang Dagang Awal} + \text{HPP} - \text{Persediaan barang akhir}$$

mengetahui harga pokok penjualan ini sangat dibutuhkan supaya harga yang ditetapkan dapat mendapatkan keuntungan bagi usaha.

3. Metode

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan dua metode, yaitu sebagai berikut:

1. Metode ceramah dan diskusi tentang literatur dan peraturan terkait pemasaran serta tentang pelaksanaan teknik pemasaran yang efektif.
2. Pemberian pelatihan analisis harga pokok produk yang dilaksanakan dengan cara memberikan contoh kasus produksi suatu produk yang kemudian dianalisis.

Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan:

1. Penentuan konsep kegiatan. Tim melakukan *brainstorming* dalam menentukan tema kegiatan dengan pertimbangan yang matang, diantaranya mempetimbangkan kebermanfaatan dan kemudahan pelaksanaan kegiatan. Tema yang dipilih adalah “Pendampingan Peningkatan Pengetahuan Dan Keahlian Keuangan Petani Dalam Mengoptimalkan Hasil Produksi Nenas Melalui Pemasaran Dan Analisis Harga Produk”.
2. Identifikasi permasalahan yang terjadi pada petani di Kualu Nenas Kabupaten Kampar untuk mencocokkan dengan tema kegiatan yang ditentukan. Setelah analisis tema dan permasalahan yang terjadi pada objek, pada tahapan ini dilakukan observasi dan wawancara pendahuluan.
3. Tim menyusun modul yang diperlukan untuk pelatihan, selanjutnya digandakan sejumlah peserta. Modul berisi pengenalan teknik pemasaran dan perhitungan harga produk.
4. Selanjutnya kegiatan pengabdian dilakukan. Pertama, metode ceramah digunakan untuk menyampaikan informasi tentang pemasaran dan penentuan harga produk. Kedua, metode pembelajaran studi kasus dilakukan pada kegiatan ini. Melalui metode ini, peserta diminta mempraktikkan cara pemasaran, perhitungan harga pokok produk dan pencatatan transaksi-transaksi usaha, sehingga di akhir kegiatan ini, peserta mendapatkan gambaran dari materi-materi yang disampaikan dalam ranah praktik.

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 22 Juli 2022 dengan tema “**Pendampingan peningkatan pengetahuan dan keahlian keuangan petani dalam mengoptimalkan hasil produksi nenas melalui pemasaran dan analisis harga produk.**” Kegiatan ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Kualu Nenas, Kabupaten Kampar. Kegiatan ini dimulai pukul 09.00 WIB dan berakhir pada pukul 11.50 WIB. Peserta pelatihan adalah warga parasetani di Desa Kualu Nenas, Kabupaten Kampar. Peserta yang hadir pada pelatihan ini berjumlah 21 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana dengan baik berkat kerjasama yang baik antara tim pengabdian dengan pihak Desa Kualu Nenas serta dukungan masyarakat daerah tersebut.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini memperhatikan tata cara pelaksanaan kegiatan pada masa pandemi seperti menjaga jarak dan memakai masker karena kegiatan dilaksanakan ditengah wabah COVID-19. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh MC yang diwakilkan oleh perwakilan tim pengabdian. Selanjutnya kata sambutan oleh tim pengabdian yang diwakili oleh Ulfa Afifah dan diikuti kata sambutan oleh Kepala Desa Kualu Nenas. Dalam sambutannya, Kepala Desa menyampaikan apresiasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian FEB UNRI ini. Menurut beliau kegiatan-kegiatan seperti ini sangat bermanfaat untuk usaha yang dilakukan oleh warganya di Desa Kualu Nenas. Dengan kegiatan pendampingan peningkatan pengetahuan dan *skill* dalam memasarkan produk nenas dan menghitung harga produk ini akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengakatkan taraf hidup masyarakat ke arah yang lebih Sejahtera [9] [10].



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Pada acara selanjutnya perwakilan dari Tim pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan materi pokok pada kegiatan ini. Materi pertama disampaikan oleh Atika Zarefar, S.E.,M.Ak,Ak,CA. Penyampaian materi pertama adalah tentang marketing untuk produksi nenas yang maju sesuai perkembangan zaman. Sesikeduapemaparan materi mengenai perhitungan harga pokok produk oleh Mayla Khoiriyah, S.E.,M.Ak. Pada sesi ini disampaikan tentang pembukuan sederhana, laporan keuangan dan penghitungan harga pokok produk. Sesi ini juga diisi dengan praktek langsung dan tanya jawab secara interaktif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dikatakan telah mencapai target dan berhasil. Hal ini dapat dinilai dari aspek perencanaan, implementasi, dan hasil kegiatan. Beberapa indikator keberhasilan kegiatan ini adalah antara lain:

- a. Tercapainya tujuan pelatihan.
- b. Terpenuhinya jumlah peserta pelatihan.
- c. Antusias yang baik dari peserta pelatihan dapat dilihat dari banyaknya sharing informasi dari peserta pelatihan.
- d. Keberlanjutan sharing informasi dan tanya jawab setelah berakhirnya kegiatan acara ini.
- e. Keahlian baru yang dimiliki oleh peserta terlihat

Di samping itu, pada dasarnya kegiatan ini masih perlu dievaluasi dan dilakukan perbaikan untuk lebih sempurna lagi. Kekurangan yang didapati saat pelaksanaan adalah masih awamnya masyarakat terhadap pembukuan dan laporan keuangan. Hal ini dikarenakan masyarakat yang ada di Desa Kualu Nenas masih memiliki rata-rata pendidikan yang rendah. Untuk itu, perlu dilakukan sosialisasi yang berkelanjutan dan materi yang disampaikan juga harus lebih sederhana lagi.

5. Kesimpulan

Adapun Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan ini ialah:

- 1) Tingkat pemahaman mengenai pemasaran produk nenas yang masih rendah pada masyarakat Kualu Nenas.
- 2) Tingkat pengetahuan dan keahlian dalam pembukuan dan penghitungan harga produk yang masih rendah. Hal ini berkorelasi dengan tingkat pendidikan masyarakat yang juga masih rendah.
- 3) Keterbatasan pembuatan pemasaran dan penghitungan harga produk salah satunya karena belum pernah menerima pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana.
- 4) Melalui kegiatan ini para pelaku usaha menyadari pentingnya memahami teknik pemasaran, pembukuan dan penghitungan harga produk untuk meningkatkan keefektifan operasional usaha mereka.
- 5) Melalui kegiatan ini para pelaku usaha menyadari pentingnya laporan keuangan untuk mempermudah akses peminjaman modal lembaga-lembaga terkait.
- 6) Kegiatan ini mendapatkan antusias yang baik dari peserta pelatihan dibuktikan dengan masih berlanjutnya tanya jawab seputar pembuatan laporan keuangan, harga pokok produk dan pemasaran setelah sesi berakhir.

Daftar Pustaka

- [1] <https://diskominfotik.lampungprov.go.id/detail-post/lampung-jadi-penghasil-nanas-terbesar-di-indonesia-tahun-2022>
- [2] <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/produksi-melimpah-pemerintah-lakukan-ekspor-nanas>
- [3] Rizka, K.P dan Rita, N, “Analisis Efisiensi dan Faktor yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran”, Jurnal Ilmiah Manajemen. 109-135, 2018.
- [4] Sofanudin, A and Budiman, E. W., “Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit”, Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian, 46-58, 2018. Tobing, L. Bonggas, “Judul Buku”, Penerbit, edisi, 2003.
- [5] Arbi, M., dan Jamilah, T. “Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran.” Jsep, 11(1), 22–32. 2018.
- [6] Winandi. Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. Jurnal Agribisnis Indonesia, 5(2), 151. 2017.
- [7] Hansen, D.R., and M. Mowen., “Cost Management: Accounting and Control”. Cengage Learning. 2008.
- [8] Hasibuan, A.m Nasution, S.P., Yani, F.A., Hasibuan, H.A and Firzah, N. “Strategi Peningkatan Usaha Tani Padi Sawah untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa.” Abdikan. 277-290. 2022
- [9] Handayani, W.A., Tedjaningsih, T. and Rofatin, B. “Peran Kelompok Tani dalam Meningkatkan Produk Usaha Tani Padi. Jurnal Agristan, 80-88. 2019