

ANALISIS PEMASARAN MERICA DI DESA LUOK MANIPI KECAMATAN DONDO KABUPATEN TOLITOLI

Pepper Marketing Analysis in Luok Manipi Village Dondo Sub-district Tolitoli District

Riswandi¹⁾, Yulianti Kalaba²⁾, Siti Yuliaty Chansa Arfah²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako

E-mail : riswandirusman871@gmail.com, yuliantiganti610@gmail.com, Ulliechansa@gmail.com

Submit: 18 Januari 2024, Revised: 7 Maret 2024, Accepted: Maret 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v12i1.2062>

ABSTRACT

Pepper is an important commodity for all Indonesia people, especially Central Sulawesi. This commodity is a treatment in agricultural development because pepper is a food ingredient for most Indonesian people. This study aims to determine the amount of pepper marketing margin received by each marketing agency involved in Luok Manipi village, Dondo District, Tolitoli Regency. This research was carried out from February 2021 to May 2021. Determination of respondents is determined by the census method on farmers while collectors and retailers are determined by tracing sampling. The data collection method in this study consisted of 2 data , namely primary and secondary data. The analysis that has been carried out by asking what price is received by pepper farmers in marketing their products are Rp. 35.000-40.000/kg. The price is much different from the price paid by the final consumer, namely Rp.50.000-65.000/kg.

Keywords: Pepper, Marketing, Margin.

ABSTRAK

Merica merupakan komoditi penting bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya Sulawesi Tengah. Komoditas ini menjadi penanganan dalam pembangunan pertanian karena merica merupakan bahan makanan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran merica yang di terima oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat di Desa Luok Manipi Kecamatan Dondo Kabupaten Tolitoli. Penelitian ini di laksanakan pada bulan Februari 2021 sampai dengan Mei 2021. Penentuan responden di tetapkan dengan metode sensus terhadap petani adapun pedagang pengumpul dan pedagang pengecer di tentukan dengan cara tracing sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas 2 data yaitu data primer dan sekunder. Analisis yang telah di lakukan dengan menanyakan berapa harga yang diterima oleh petani merica dalam memasarkan hasil produksinya yaitu Rp.35.000-40.000./kg. Harga tersebut jauh berbeda dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir yaitu Rp.50.000-65.000./kg.

Kata Kunci: Merica, Pemasaran, Marjin.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu bisnis yang sangat diharapkan dalam pertumbuhan ekonomi, baik pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Pembangunan di sektor pertanian perlu mendapat perhatian yang serius dari beberapa pihak, mengingat bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dan bermata pencaharian sebagai petani (Sisfayuni dkk, 2012).

Sektor pertanian mendapatkan prioritas utama karena sektor ini merupakan sektor yang dominan dalam perekonomian nasional, selanjutnya menambahkan bahwa pembangunan pertanian saat ini menjadi sektor andalan yang dapat dengan cepat menghasilkan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja baru yang lebih banyak, serta mendukung pengembangan usaha system tataniaga guna untuk meningkatkan pendapatan petani. (Sumodiningrat, 2013).

Salah satu komoditas utama subsektor tanaman pangan adalah merica. Tanaman merica merupakan komoditi penting bagi seluruh masyarakat Indonesia. Beberapa tanaman pangan dapat dijadikan sebagai bahan makanan pokok karena mengandung sumber energi dan protein yang dibutuhkan tubuh manusia dan salah satunya adalah merica, yang dijadikan sebagai rempah-rempah di dalam makanan. (marn, 2012).

Peningkatan produksi tanaman, terutama merica menjadi prioritas penanganan dalam pembangunan pertanian karena merica merupakan bahan makanan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. namun kondisi ini belum berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan petani sebagai produsen. Peningkatan hasil atau produk pertanian akan bermanfaat bagi perbaikan kesejahteraan bila disertai dengan peningkatan efisiensi usahatani dan perbaikan sistem pemasaran. Selain itu komoditas merica memiliki potensi nilai keuntungan cukup tinggi. Maka diperlukan motivasi, insentif dan sarana baik berupa pinjaman bank maupun memfasilitasi pemasaran untuk petani produsen sebagai manajer dilahannya sendiri sehingga

nilai margin yang diperoleh petani produsen cukup tinggi (Mustadjab. 2013).

Saluran pemasaran merica menurut (Mardianto, 2015) melibatkan setidaknya empat dari petani ke konsumen, yakni dari pemetik – pengumpul- pedagang besar – toko kecil dengan harga patokan yang suda ada, optimalisasi margin hanya dapat dilakukan dengan menekan harga pembelian dari petani. Sehingga petani sulit mendapatkan daya tawar untuk memperoleh harga yang lebih baik. Faktor lain yang diasumsikan menyebabkan kesenjangan adalah sistem saluran pemasaran merica dan usahatani yang kurang efisien. Sehingga perlu dilakukan studi deskriptif mengenai bagaimana usahatani dan pendapatannya serta bagaimana sistem pemasaran pada daerah-daerah sentra produksi merica.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan diatas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Gambaran saluran pemasaran merica mulai dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen di Desa Luok Manipi Kecamatan Dondo Kabupaten Tolitoli.
2. Besarnya marjin pemasaran merica yang diterima setiap lembaga pemasaran yang terlibat di Desa Luok Manipi Kecamatan Dondo Kabupaten Tolitoli.
3. Bagian harga yang diterima petani di Desa Luok Manipi Kecamatan Dondo Kabupaten Tolitoli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksanakan di Desa Luok Manipi Kecamatan Dondo Kabupaten Tolitoli. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Desa Luok Manipi merupakan daerah sentra produksi merica dan merupakan salah satu yang terbesar di antara desa-desa lain yang ada di Kecamatan Dondo. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Februari sampai Bulan Mei 2021. Responden dalam penelitian adalah petani yang mengusahakan kegiatan usahatani merica. Penentuan responden pada penelitian ini ditetapkan dengan metode sensus terhadap seluruh petani merica sebanyak

41 orang, 3 orang pedagang pengumpul, 3 orang pedagang pengecer dan 3 orang konsumen di tentukan dengan cara peninjauan (*tracing sampling*).

Pengumpulan Data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari lapangan dengan mengadakan observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur dan instansi-instansi yang terkait dalam penelitian ini.

Analisis Data. Menurut Arinong dan Chrispen (2011), untuk mengetahui bentuk pemasaran merica, dilakukan dengan menanyakan berapa harga yang diterima oleh petani merica dalam memasarkan produksinya, kemudian untuk mengetahui margin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

- M = Margin Pemasaran
- H_p = Harga penjualan (Rp)
- H_b = Harga Pembelian (Rp)

Sobirin (2013) merumuskan bahwa untuk mengetahui margin total pemasaran (MT) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran merica, dapat di hitung dengan rumus :

$$MT = M_1 + M_2 + M_3$$

Keterangan:

- MT= Margin total pemasaran(Rp)
- M₁ + M₂ + M₃ = Margin dari setiap lembaga pemasaran (Rp)

Penyebaran margin tataniaga dilihat berdasarkan bagian (*share*), yang di peroleh masing-masing kelembagaan tataniaga. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan margin tataniaga sehingga semakin tinggi margin tataniaga, maka bagian yang diperoleh petani semakin rendah. Ramadhan, (2013) mengemukakan bahwa, untuk mengetahui

bagian harga yang di terima oleh petani di gunakan model rumus sebagai berikut :

$$Sf = \frac{Price Farm}{Price Retailer} \times 100\%$$

Keterangan :

- S=Bagian harga yang diterimapetani(%)
- Pf= Harga ditingkat petani(Rp)
- Pr= Harga di tingkat konsumen akhir(Rp)

Untuk menghitung efisiensi pemasaran merica dari perodusen ke peagang pengumpul atau dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dapat di gunakan rumus perhitungan efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002).

$$Eps = (BP/NP) \times 100\%$$

Keterangan :

- Eps = Efisiensi Pemasaran (%)
- BP = Biaya Pemasaran (Rp)
- NP =Nilai Produk yang di perluka (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden.

Umur Responden. Kakisna dkk (2013) menyatakan bahwa umur responden sangat berpengaruh terhadap kemampuan fisik, cara berfikir, dan mental dalam mengelola usahataniya terutama dalam mengambil keputusan. responden petani merica dengan jumlah petani 41 orang, yang paling dominan adalah responden yang berusia 27-50tahun dengan persentase 51,85%. Tabel tersebut menunjukkan bahwa petani di Desa Luok Manipi masih tergolong usia produktif dimana umur 15 sampai 64 tahun dianggap sebagai kelompok produktif. Sedangkan kurang dari 15 tahun dan lebih dari 65 tahun sebagai kelompok tidak produktif.

Tingkat Pendidikan. Tingkat Pendidikan pengusaha kopra sangat mempengaruhi keberhasilan usaha yang dijalankannya. Semakin tinggi tingkat pendidikan pengusaha, semakin mudah menerima dan menerapkan teknologi baru dalam melakukan usahanya (Patty, 2010). pendidikan responden terbanyak pada tingkat SD sebanyak 21 orang sebesar 45,83% dengan demikian dapat dilihat bahwa

sebagian besar petani di Desa Luok Manipi berpendidikan Sekolah Dasar, namun hal ini tidak mengurangi minat masyarakat untuk memperoleh pengetahuan yang lebih banyak lagi melalui pendidikan non formal seperti pengalaman yang banyak dan selalu mengikuti pelatihan-pelatihan.

Jumlah Tanggungan Keluarga. Tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota dalam rumah tangga yang dimiliki oleh seorang petani (Purwanto dan Taftazani, 2018). Anggota keluarga dapat dipandang dari dua sisi yang bertentangan satu sama lain. sebagian besar jumlah tanggungan keluarga responden berkisar antara 4 sampai 5, yaitu 26 orang sebesar 45,83%. Hal ini menyebabkan petani memiliki beban tanggungan untuk menyediakan segala kebutuhan keluarganya.

Pengalaman Berusahatani. Pengalaman berusahatani merupakan salah satu penentu bagi keberhasilan petani dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dalam kegiatan usahatannya. (Mayamsari, 2018). Petani responden mempunyai pengalaman yang bervariasi mulai dari 8 tahun sampai pada pengalaman usahatani 40 tahun yang dikatakan sudah sangat memiliki pengalaman berusahatani, sehingga dalam pengolahan usahatani semakin lama petani berusahatani maka dapat memengaruhi kebiasaan, kemahiran dan keterampilan atau keahlian dalam melakukan kegiatan usahatannya atau berdagang.

Luas lahan. Lahan merupakan salah satu sarana produksi yang merupakan pabriknya hasil pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap usahatani. Besar kecilnya produksi dari usahatani antara lain dipengaruhi oleh luas sempitnya lahan yang digunakan (Mubyarto, 1989).

Lembaga dan Saluran Pemasaran. Sudiyono (2014) menyatakan bahwa kelembagaan pemasaran ialah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir, serta memiliki hubungan dengan badan usaha individu lainnya. Kelembagaan

pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu dan tempat yang diinginkan konsumen.

Perilaku Pasar

Penjualan Merica Oleh Petani Petani merica di Desa Luok manipi pada umumnya menjul hasil panen ke pedagang pengumpul, kemudian dari pedagang pengumpul dijual ke pedagang pengecer tingkat Kecamatan atau Tingkat Kabupaten kemudian dari pedagang pengecer sampai ke konsumen akhir.

Penjualan dan Pembelian merica Oleh Pedagang Pengumpul. Berdasarkan hasil observasi dengan responden petani merica diketahui ada enam pedagang pengumpul pada saluran pemasaran merica dan dipilih dua sebagai responden yang mewakili ke enam saluran pemasaran merica di Desa Luok Manipi, dengan asumsi biaya pemasaran yang dikorbankan setiap pedagang sama.

Penjualan dan Pembelian Merica Oleh Pedagang Pengecer. Pedagang pengecer merupakan pelaku pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Berdasarkan hasil observasi diketahui pedagang pengecer di Desa Luok Manipi sebanyak 4 orang dan dipilih 2 orang sebagai responden pedagang yang mewakili setiap saluran pemasaran merica di Desa Luok Manipi, dengan asumsi biaya pemasaran yang di korbakan setiap pedagang sama.

Analisis Biaya, Keuntungan dan Bagian Harga Pada Pemasaran Merica. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir, besar kecilnya biaya pemasaran untuk hasil pertanian tergantung dari besar kecilnya kegiatan-kegiatan kelembagaan pemasaran dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pergerakan barang (Mulyadi 2015).

Tabel 1. Biaya, Margin dan Bagian Harga yang diterima Petani, dan Pedagang pada Saluran Pemasaran Pertama, Kedua, dan Ketiga Tahun 2021.

No.	Kelembagaan Pemasaran	Harga (Rp/Kg)*(%)		
		Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Petani	40.000,00	40.000,00	40.000,00
2	Pedagang Pengumpul			
	-Harga Pembelian	40.000,00	40.000,00	40.000,00
	-Biaya Pemasaran			
	-Transportasi	1.000	2.500	4.000
	Total Biaya	1.000	2.500	4.000
	-Harga Jual	45.000,00	47.000,00	55.000,00
	Margin	5.000,00	7.000,00	15.000,00
	-Keuntungan	4.000,00	5.000,00	11.000,00
3	Pedagang Pengecer			
	-Harga Pembelian	45.000,00	47.000,00	55.000,00
	-Biaya Pemasaran	-	-	-
	-Biaya Retribusi			
	-Biaya Tenaga Kerja	-	-	-
	-Pengepakkian			
	Total Biaya	-	-	-
	-Harga Jual	50.000,00	50.000,00	60.000,00
	Margin	5.000,00	3.000,00	5.000,00
	-Keuntungan	5.000,00	3.000,00	5.000,00
	** Bagian Harga Petani	80%	80%	67%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 2. Total Biaya dan Nilai Penjualan pada Masing-Masing Saluran Pemasaran, Tahun 2021.

No.	Saluran Pemasaran	Volume Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Nilai Total Biaya/Kg (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Pertama	130,15	50.000	6.507.500	1.000	130.150
2	Kedua	133,61	50.000	6.680.500	2.500	334.025
3	Ketiga	190,45	40.000	11.427.000	4.000	761.800

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Tiap-tiap Saluran Pemasaran yang Terlibat dalam Pemasaran Merica di Desa Luok Manipi, Tahun 2021.

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp)	Total Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi (%)
1	Pertama	130.150	6.507.500	2,0
2	Kedua	334.025	6.680.500	5,0
3	Ketiga	761,800	11.427.000	6,7

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 1. menunjukkan bahwa harga jual petani ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 40.000,00/Kg. Lembaga yang paling banyak mengeluarkan biaya pemasaran yaitu pada tingkat pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul yang lebih sedikit mengeluarkan biaya pemasaran adalah pedagang pengumpul pada saluran pemasaran pertama, dikarenakan pedagang pengumpul pada saluran pertama tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya oprasional. Lembaga yang tidak mengeluarkan biaya pemasaran yaitu pada tingkat pedagang pengecer, dikarenakan pedagang pengecer pada saluran pemasaran kesatu, kedua dan ketiga, membeli merica dengan cara menerima di tempat usahanya. Saluran pemasaran yang paling besar diterima petani yaitu pada saluran pemasaran pertama yaitu sebesar 80%.

Tabel 2. terlihat bahwa total nilai penjualan terbesar terdapat pada saluran pemasaran ketiga yaitu sebesar Rp. 11.427.000,00, dengan total biaya yang dikeluarkan dalam satu musim panen sebesar Rp. 761.800, hal ini disebabkan volume penjualan pada saluran pemasaran ketiga lebih besar dibandingkan saluran pemasaran pertama dan kedua, sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran pemasaran ketiga relatif besar.

Tabel 3. menunjukkan nilai efisiensi pada saluran pemasaran pertama sebesar 2,0%, saluran pemasaran kedua 5,0% dan saluran pemasaran ketiga 6,7%, Pada saluran pemasaran ketiga total biaya yang dikeluarkan lebih tinggi, hal ini disebabkan biaya oprasional yang dikeluarkan cukup besar karna jarak tempuh dari Desa Salumbia ke kota Palu memiliki jarak yang lebih jauh dari saluran pemasaran pertama dan kedua. Total nilai

penjualan pada saluran pemasaran ketiga lebih besar di banding saluran pemasaran pertama dan kedua, hal ini di sebabkan karena volume penjualan pada saluran pemasaran ketiga lebih besar, sehingga total nilai penjualannya relatif lebih besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan dari uraian pembahasan yang telah dikemukakan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada 3 bentuk saluran pemasaran merica yang terdapat di Desa Luok Manipi yaitu:
 - a. Petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul merica diteruskan ke pedagang pengecer yang ada di Desa Pangkung kemudian meneruskan ke konsumen akhir.
 - b. Petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul merica diteruskan ke pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Dampal selatan kemudian meneruskan ke konsumen akhir.
 - c. Petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang pengecer yang ada di Desa Salumbia dari pedagang pengumpul diteruskan ke pedagang pengecer yang ada di Kota Palu, kemudian meneruskan ke konsumen akhir.
2. Total margin pemasaran merica yang diperoleh pada saluran pemasaran pertama

- yaitu Rp. 1.000,00, saluran pemasaran kedua sebesar Rp. 2.500,00 dan saluran pemasaran ketiga sebesar Rp. 4.000,00.
3. Besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (produsen) pada saluran pemasaran pertama sebesar 80%, saluran pemasaran kedua sebesar 80%, dan pada saluran pemasaran ketiga sebesar 67%.
 4. Nilai efisiensi pemasaran saluran pertama sebesar 2,0%, saluran kedua sebesar 5,0%, saluran ketiga sebesar 6,7%, dari ketiga nilai efisiensi tersebut yang paling efisien adalah saluran pemasaran pertama.

Saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapatkan, disarankan kepada petani agar menyalurkan hasil produksinya dengan menggunakan saluran pertama (dari petani disalurkan ke pedagang pengumpul kemudian kepedagang pengecer dan selanjutnya ke konsumen), karena pada saluran ini lebih efisien dibandingkan saluran kedua dan ketiga. Saluran kedua (dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer (tingkat kecamatan) kemudian ke konsumen), saluran ketiga (dari petani kemudian ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen yang ada di kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinong dan Chrispen. 2012. *Aplikasi Pupuk Organik Cair Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Sawi*. Jurnal Agrisistem. 7 (1) : 41-49.
- Kakisna dkk. 2013. *Keterlekatan Perilaku Ekonomi dalam Hubungan Sosial: Kasus Jaringan Pemasaran Sopi Di Negeri Mesa Kecamatan Teon Nila Serua (Tns) Kabupaten Maluku Tengah*. J. Agrilan. 1 (4) : 250-255.
- Mardianto. 2015. *Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras di Indonesia*. Bogor: Forum Penelitian Agro Ekonomi. 23 (1): 110-112.
- Mustadjab. 2013. *Analisis Pemasaran Beras Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani*. (Studi Kasus Pada Sentra Produksi Padi di Desa Kayen, Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati). *Jurnal*. 7 (1) : 132-135.
- Marn. 2012. *Analisis Pemasaran Beras di Desa Sidondo I Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*. *Jurnal Agrotekbis*. 1 (5) : 10-17.
- Mayamsari. 2018. *Pengalaman Berusahatani Desa Sinar Sari Kecamatan Dramaga Privinsi Banda Aceh*. Media Neliti.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES : Jakarta.
- Mulyadi. 2015. *Analisis Biaya Kualitas dan Biaya Pemasaran*. Unsrat.
- Patty. 2010. *Karakteristik Petani Kelapa dan Produksi Kopra Rakyat Di Kabupaten Halmahera Utara*. J. Agroforestri. 5 (4) : 335-344.
- Purwanto dan Taftazani. 2018. *Jumlah Tanggungan Keluarga*. *Emprints Perbanas*.
- Ramadhan, M. (2013) *Pengaruh Penambahan Aerosil Sebagai Glidan Terhadap Karakteristik Tablet Yang mengandung Ekstrat Jintan Hitam Dan Lada Hitam [Skripsi]*, Jurusan Farmasi Universitas Islam Bandung ; Bandung. 7 (9) : 119-129.
- Sumodiningrat. 2013. *Panduan Karbohidrat Terlengkap*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sisfahyuni. 2012. *Efisiensi Tataniaga Komoditi Kakao Biji asal Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah*. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu, ISSN. 5 (8) :1412-3657.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sudiyon. 2014. *Analisis Saluran Tataniaga Beras di Wilayah Kecamatan Singosari Kabupaten Malang*. JESP. 7 (1) : 20-30.

Sobirin. 2013. *Analisis Pengaruh Pendidikan, Upah, Jenis Kelamin, Usia Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktifitas Tenaga Kerja*. Semarang: Universitas Diponegoro.