

PENGARUH MARKET PLACE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI CABAI DI SENTRA MAJALENGKA

INFLUENCE OF MARKET PLACE ON INCREASING INCOME OF CHILLI FARMERS IN CENTRA MAJALENGKA

Leli Nurul Hidayah, Ida Marina, Kosasih Sumantri

*Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Majalengka
email : Lelinurulhidayah902@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to explain and determine the effect of Market Place on Increasing the Income of Red Chili Farmers which is carried out jointly or partially. This research was carried out in Argamukti Village, Argapura District, Majalengka Regency. The sample population used is a member of a farmer group in Argamukti Village. The sample used in this study amounted to 30 people. The analysis technique used is simple linear regression, based on the results of the validity test that r count is greater than r table at a significance level of 5%, which is 0.361. , Cronbach's Alpha Reliable Test for each variable is greater than the critical value, namely Market Place 0.848, and Income Increase 0.946 is greater than 0.60 and based on the results of the t test in this study shows sig. 0.000 < 0.05 so it can be concluded that the dependent variable or the variable income increase can be significantly influenced by the independent variable or market place variable.

Keywords: Market Place, Chili, Income.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh Market Place terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Merah yang dilakukan secara bersama-sama atau parsial. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Argamukti, Kecamatan Argapura, Kabupaten Majalengka. Populasi sampel yang digunakan adalah anggota kelompok tani di Desa Argamukti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, berdasarkan hasil uji validitas bahwa r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu 0,361. , Cronbach's Alpha Reliable Test untuk masing-masing variabel lebih besar dari nilai kritis yaitu Market Place 0,848, dan Peningkatan Pendapatan 0,946 lebih besar dari 0,60 dan berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan sig. 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen atau variabel peningkatan pendapatan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen atau variabel market place.

Kata Kunci : Market Place, Cabai, Pendapatan.

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pertanian merupakan salah satu usaha pembangunan nasional untuk tujuan peningkatan produksi secara berkesinambungan. Baik untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat ataupun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku sektor industri. Cabai merah (*Capsicum annum L.*) termasuk komoditas hortikultura jenis sayuran yang penting di Indonesia.Hal itu karena komoditas tersebut sangat digemari oleh masyarakat dan banyak dimanfaatkan sebagai bahan masakan.Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 90% dari total permintaan berasal dari konsumen rumah tangga(Rostini, 2012).Sebagai jenis tanaman hortikultura terbesar kedua yang diusahakan oleh rumah tangga setelah cabai rawit, cabai merah besar memiliki jumlah 574.872 rumah tangga yang mengusahakan dan persentasenya dibanding jenis tanaman hortikultura lain termasuk sangat tinggi.Luas tanamnya sebesar 1.030.082.714 m², dengan rata-rata luas tanam yang dikelola per rumah tangga 1.791 m².Di Jawa Barat sendiri

jumlah rumah tangga usaha cabai sebesar 153.417 (BPS, 2013). Data statistik jumlah produksi cabai merah nasional mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 hingga 2019 jumlah produksinya berturut-turut sebesar 1.045.200, 1.045.601, 1.206.266, 1.206.750, dan 1.214.419 ton (BPS, 2019).

Komoditas cabai merupakan 10 komoditas hortikultura yang mendapatkan prioritas pengembangan oleh pemerintah (Ditjen Hortikultura, 2019). Salah satu sentra cabai di Jawa barat adalah Majalengka. Data statistik produksi cabai merah besar di Kabupaten Majalengka pada tahun 2012 hingga 2016 seperti yang disajikan pada Tabel 1. Menunjukkan fluktuasi yang cenderung naik. Kabupaten Majalengka memiliki potensi lahan yang memenuhi persyaratan agroklimat yang masih tersedia cukup luas dengan jumlah produksi sebesar 13.053 ha pada tahun 2018 (Dinas Ketahanan Pangan Pertanian dan Perikanan Majalengka, 2019).

Data Dinas Pertanian dan Perikanan Bidang Hortikultura Majalengka (2011), menunjukkan bahwa potensi pengembangan komoditas cabai di Kabupaten Majalengka didukung sarana dan prasarana serta teknologi yang memadai. Selain itu, kemajuan teknologi informasi serta meningkatnya persaingan dalam dunia industri telah memberikan banyak alternatif bagi konsumen dalam memilih produk. Tingginya harga jual cabai membuat petani termotivasi untuk meningkatkan produksi, yang artinya tidak cukup hanya dengan meningkatkan produktivitasnya namun juga diikuti usaha perbaikan dalam sistem pemasaran. Tujuannya untuk memperbesar tingkat efisiensi pemasaran, yaitu diupayakan dengan memperbesar nilai yang diterima petani, memperkecil biaya pemasaran dan terciptanya harga jual dalam batas kemampuan daya beli konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu hal yang penting dalam menjalankan usaha pertanian. Ini karena pemasaran sebagai tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani. Produksi yang telah dijalankan sebaik apapun akan sia-sia jika harga pasar yang rendah. Suatu saluran pemasaran dikatakan efisien jika sistem pemasaran yang diterapkan mampu menyampaikan hasil (produk) dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, mengadakan pembagian yang adil kepada semua pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan produksi dan saluran pemasaran produk tersebut. Pelaku pemasaran yang saling berhubungan membentuk suatu saluran pemasaran, dimana saluran pemasaran merupakan salah satu faktor pendukung suksesnya pemasaran. Di Majalengka terdapat mata rantai pedagang untuk penjualan produksi pertanian oleh petani yaitu pedagang pengumpul tingkat dusun, pedagang desa, dan pedagang kecamatan (Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka, 2011). Rantai dengan sedikit pemasok, maka pengusaha akan mencari integrasi dari strategi yang akan dipilih pada rantai pasokan secara menyeluruh (Wuwung, 2013).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tahun 2021 dengan lokasi yang ditentukan secara *purposive* atau sengaja, yaitu Desa Argamukti Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. Pertimbangannya adalah Desa Argamukti merupakan salah satu sentra produksi cabai merah besar di Kabupaten Majalengka yang sebagian besar petaninya telah menggunakan *digital marketing* sebagai sistem pemasaran.

Penentuan responden dilakukan dengan teknik *sampling jenuh*, istilah lain sampel total adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini didasarkan pada pendapat Suharsimi Arikunto (2006), bahwa apabila populasi kurang dari 100, lebih baik semua populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Secara survey dari 30 anggota Gapoktan semuanya menggunakan proses pemasaran melalui marketplace.

Teknik Analisis

Setelah keseluruhan data terkumpul, maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskritif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah mendapat gambaran mengenai objek dari penelitian tersebut. Deskritif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variable Adapun analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah tahap analisis. Dalam tahap analisis penulis menggunakan sebuah aplikasi untuk mengolah data yaitu SPSS. Namun sebelum tahap analisis data dilakukan maka penulis perlu menguji apakah data tersebut valid dan reliable. Uji ini

dilakukan untuk meninjau seberapa valid suatu butir-butir pertanyaan yang diajukan kepada responden atau yang dikenal uji validitas, serta mengukur tingkat reabilitas suatu jawaban responden dari suatu instrument pertanyaan dengan metode uji reabilitas. Adapun untuk lebih jelasnya penulis akan memaparkan beberapa hal yang akan dilakukan:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel –variable dalam penelitian apakah mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Dalam analisis menggunakan SPSS menggunakan dua cara yaitu histogram dan uji Jarque-Bera.⁶⁴ Dalam uji normalitas untuk melihat apakah variabel mempunyai sebaran distribusi yang normal atau tidak adalah dengan melihat nilai probability jarque-bera yang harus lebih besar dibandingkan dengan nilai alpha yaitu 0.05 atau 5%.

2. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi, begitu juga sebaliknya, jika instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Validitas itu sendiri dibagi menjadi dua, yaitu validitas logis dan validitas empiris. Dikatakan suatu validitas logis karena validitas itu diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga logika akan dicapai suatu validitas yang dikehendaki. Sedangkan validitas empiris itu sendiri adalah validitas yang berdasarkan pengalaman.

Sesuai dengan cara pengujinya, ada dua macam validitas, yaitu validitas eksternal dan validitas internal. Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah validitas internal. Validitas internal adalah validitas yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan.

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Adapun cara pengukuran validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus

Korelasi Product. Moment :

$$R = \frac{\sum - (\Sigma)(\Sigma)}{\sqrt{(\sum - (\Sigma))^2} \times (\sum - (\Sigma))}$$

Keterangan:

R : koefisien validitas item yang dicari

X : skor responden untuk setiap item

ΣX : jumlah skor dalam distribusi X

ΣY : jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 : jumlah kuadrat masing-masing skor X

ΣY^2 : jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N : jumlah responden

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dengan analisa faktor, yaitu dengan mengklasifikasikan skor faktor tertentu dengan skor total, selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel signifikan 5%. Instrumen dikatakan valid jika hasil korelasi skor faktor dengan skor tabel lebih besar dari skor tabel. Sebaliknya jika koefisien korelasi tersebut lebih kecil dari pada skor tabel maka instrumen tersebut tidak valid.

3. Uji reabilitas

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, adalah dengan cara mengukur Reabilitas atau keandalan.

Reabilitas adalah instrument untuk mengukur ketepatan, keterandalan, *cinsistency*, *stability* atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas atau dapat dipercaya, apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan realibilitas adalah alat ukur yang digunakan bias memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda.

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas akan menggunakan program SPSS 23. Untuk pengujian ini peneliti menggunakan dari koefisien *Alpha Cronbach*'sharus diatas 0,60 maka hasil tersebut reabel.

4. Alat uji hipotesis

- Analisis regresi linear sederhana

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut adalah penjelasan variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu :

Variabel bebas (X) : *marketplace*

Variabel Terikat (Y) : Peningkatan Pendapatan

Maka dalam penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh *Marketplace* (X) terhadap peningkatan pendapatan (Y). Rumus untuk regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + b (X)$$

Keterangan :

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X: Variabel bebas (Sistem Penjualan *Online*)

Y: Peningkatan Pendapatan

- Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji T)

Uji statistik linear sederhana digunakan untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Untuk regresi linear sederhana uji statistic dengan uji T. Uji statistik T digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) dengan taraf nyata (α) yang biasa digunakan adalah 5% atau 0,05% maka, dengan menggunakan SPSS :

H_0 diterima : jika angka signifikansi lebih besar dari $a = 5\%$

H_0 ditolak : jika angka signifikansi lebih kecil dari $a = 5\%$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Argamukti Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. untuk menjawab dari tujuan penelitian, maka telah didapatkan hasil Pengaruh Market Place Terhadap Pendapatan Petani Cabai sebagai berikut:

Berdasarkan data hasil kuesioner yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel Market Place (X), diperoleh nilai indeks sebesar 74% hal ini dapat disimpulkan bahwa responden "Setuju" akan pengaruh Market Place terhadap system pemasaran/penjualan yang digunakan petani untuk menjual hasil panen cabai sangat berpengaruh karena dinilai mampu meningkatkan pendapatan para petani.

Berdasarkan data hasil kuesioner yang terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel Peningkatan Pendapatan (Y), diperoleh nilai indeks sebesar 72% hal ini dapat disimpulkan bahwa responden "Setuju" akan pengaruh Peningkatan Pendapatan terhadap para petani setelah menggunakan market place dalam system pemasaran/penjualan hasil panen cabai merah.

Analisis Data

Uji Validitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.871	.866	1.355

a. Predictors: (Constant), Marketplace

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Market Place (X) dan Peningkatan pendapatan (Y) menunjukkan hasil bahwa r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% yakni sebesar 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan tersebut valid, artinya kuesioner yang digunakan sah dan layak untuk digunakan sebagai data yang akan diteliti.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	345.989	1	345.989	188.557	.000 ^b
Residual	51.378	28	1.835		
Total	397.367	29			

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Marketplace

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis, yakni Market Place 0,848, dan Peningkatan Pendapatan 0,946 lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliable, artinya instrument yang digunakan dalam penelitian ini memperoleh informasi yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi *real* dilapangan.

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.27 diatas dengan menggunakan metode *one sampel kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel dependen dan variabel indevenden pada jumlah sampel (N) sebesar 30 adalah 0,069. Dengan demikian, data dari penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 atau $0,069 > 0,05$ sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-2.599	1.265		-2.055	.049
Marketplace	.773	.056	.933	13.732	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui koefisien regresi X pada kolom B sebesar 0,773, dan konstanta sebesar -2,559, sehingga diperoleh model regresi linear sederhana :

$$Y = -2,559 + 0,773 X + e$$

Uji T (Parsial)

Dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variable Sistem Penjualan Market Place menghasilkan nilai thitung sebesar 13,732 artinya t hitung lebih besar dari t tabel ($13,723 > 2,0452$) serta nilai Signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Market Place*

kurang lebih 95% memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan terhadap petani cabai di Desa argamukti.

Pembahasan

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel *Market Place* Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel independen secara signifikan berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan sebagai variabel dependen. Maka dengan kata lain variabe independen mampu menjelaskan besarnya variabel dependen Peningkatan Pendapatan. Berdasarkan keterangan dapat diketahuit bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 87,1%.

Pengaruh *Market Place* Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Cabai

Market Place adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

Pada penelitian ini variabel *Market Place* mempunyai nilai koefisien regresi sederhana bernilai positif yaitu sebesar 0,773.artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan dari *Market Place* maka Peningkatan Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 0,773%. Berdasarkan uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *Market Place* juga menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel yaitu $13,723 > 2,0452$ serta nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

KESIMPULAN

Hasil penelitian Pengaruh *MarketPlace* Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Didesa Argamukti Kecamatan Argapura adalah sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknikan alisis regresi linier sederhana, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *MarketPlace* berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan dengan nilai signifikans ebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa kurang lebih 95% variabel *MarketPlace* mempengaruhi Peningkatan Pendapatan, Sehingga hal ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan peneliti, sebab *MarketPlace* memberikan dampak positif bagi kemajuan Petani Cabai Di Desa Argamukti Kecamatan Argapura.
- 2) Pengaruh *Market Place* terhadap peningkatan pendapatan bernilai positif karena adanya *Market Place* membuat pendapatan petani cabai meningkat dibandingkan sebelum menggunakanannya .

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Sutarni, Cholid Fatih, M. Zaini, Analianasari, dan Edy Humaidi, 2020. Digital Marketing Produk Pertanian Di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional*. Vol. 1 (1):36-45.
- Anwarudin, M. J., S., Apri L. Sayekti, Aditia Marendra K., dan Yusdar Hilman, 2015. Dinamika Produksi Dan Volatilitas Harga Cabai: Antisipasi Strategi dan Kebijakan Pengembangan. *Pengembangan Inovasi Pertanian*. Vol. 8 (1): 33-42.
- Asmarantaka, R.W., Juniar Atmakusuma, Yanti N. Muflikh, dan Nia Rosian, 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. Vol. 5 (2): 151-172.
- Asriani, 2011. Pemanfaatan Internet Marketing Dalam Pemasaran Produk Unggulan Pertanian Provinsi Gorontalo. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol. 1 (3).
- Asrianti, Evi, 2014. Analisis Usahatani Cabai Merah Keriting di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi.eJ. *Agrotekbis*.Vol. 2 (6): 660-666.
- BPS, 2013. Luas Tanam Cabai Merah Besar Skala Rumah Tanggadi Indonesia. <https://st2013.bps.go.id/dev2/index.php/site/tabel?tid=38&wid=0>. Diakses pada 9 Juni 2021. *Badan Pusat Statistik*.

- BPS, 2019. Produksi Cabai Merah Besar di Indonesia. <https://st2013.bps.go.id/dev2/index.php/site/tabel?tid=35&wid=0>. Diakses pada 9 Juni 2021. *Badan Pusat Statistik*.
- Chesaria, N., Sobir, dan Muhamad Syukur, 2018. Analisis Keragaan Cabai Rawit Merah (*Capsicum frutescens*) Lokal Asal Kediri dan Jember. *Bul. Agrohorti*. Vol. 6 (3): 388 – 396.
- Chindy Elsanna Revadi, Kamson Sirait, 2020. Perancangan Aplikasi Mobile Segar Sehat untuk Penjualan Produk Hortikultura Kebun Rumah Tangga Komplek Karyawan PT. X dengan Menggunakan Metode Human Centered Design. *Jurnal Agribisnis Terpadu*. Vol. 13 (2) : 259-265
- Data Statistik Sektoral, 2017. *Statistik Sektoral*. Majalengka: Pemerintah Kabupaten Majalengka.
- Dinas Pertanian dan Perikanan Bidang Hortikultura Majalengka, 2011. <http://data.majalengkakab.go.id/dataset/produksi-komoditas-tanaman-hortikultura-kabupaten-majalengka/resource/osUTbYNa9yZvPHVk512nGGVb6b6HsjftqZ>. Diakses pada 9 Juni 2021.
- Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka, 2011. Laporan Tahun 2008-2012.
- Ditjen Hortikultura, 2019. *Upaya pengembangan Kawasan Buah*. Kalpakan dan Shanti (2016). A. Continous Review. Perisable System With. *Direktorat Jenderal Hortikultura*.
- Ekowati, T. E., D. Sumarjono, H. Setiawan dan E. Prasetyo, 2014. *Buku Ajar Usahatani*. Semarang: UNDIP Press.
- Hadwa, I., Soetoro dan Z. Noormansyah, 2017. Analisis Usaha dan Nilai Tambah Agroindustri Gula Semut (Studi Kasus Pada Perajin Gula Semut di Desa Sidamulih Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Agroinfo Galuh*. Vol. 4 (2): 220-25.
- Hidayat, Y., Yus Rusman, dan Zulfikar Noormansyah, 2017. Saluran Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) (Suatu Kasus Di Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Vol. 4 (3).
- Koassi, C.K., R.K. Nevry, L.Y. Guillaume, Z.N. Yesse, M. Koussemon, T. Kablan, K. Kouassi 2012. Profiles of Bioactive compounds of some pepper fruit (*Capsicum L.*) varieties grown in Cote d'Ivoire. *Innovative Romanian Food Biotechnologi*. Vol. 11: 23-31.
- Nisa, U. C., Dwi Haryono, dan Ktut Murniati, 2018. Pendapatan Usahatani Cabai Merah Di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung. *JIIA*, Vol. 6 (2): 149
- Nofita, I., Edy Sutiarto, dan Syamsul Hadi, 2015. Analisis Keuntungan Usahatani Cabai Merah Besar Di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. Vol. 13 (2).
- Padapi, A., Aksal Mursalat, Iranita Haryono, dan Nurul Fitriyah, 2021. Pengaruh E-Commerce Terhadap Fluktuasi Harga dan Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Rawit. *Jurnal Agrisep*. Vol. 20 (1).
- Prasetya, H. Y., dann Nurmahdi, A., 2015. Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Via Website. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1 (1): 1–15.
- Prasetyo, H.D., dan Dinalesasti Purbawati, 2017. Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals terhadap E-Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 6 (1).
- Priangani, Ade, 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*. Vol. 2 (4).
- Purwanto, 2012. *The Theory Of Constraints Within A value Chain analysis Approach*. www.Mic.org.uk/forum/phasetwo/Retrieved. Diakses pada 10 Juni 2021.
- Rahmawati, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rasidin, Yusriadi, dan Raman, 2018. Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) Di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*. Vol.4: S84- S91.
- Rostini, Neni, 2012. *6 Strategi Bertanam Cabai Bebas Hama dan Penyakit*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Saputra, G.W., dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 9, (7): 2596-2620 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p072596>
- Setiawati, N., Sutrisno dan Y. Aris Purwanto, 2020. Analisis Rantai Nilai Cabai Di Senta Produksi Kabupaten Majalengka Jawa Barat. *Agriculture Technology Journal*. Vol. 3 (2).

- Syafitri, Retno, 2020. Analisa Sikap Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Produk. *Al-Tsaman, Jurnal Ekonomi dan keuangan Islam*.
- USDA, 2016. Natural Resources Conservation Services (*Capsicum annuum L. var. annuum*).<https://plants.usda.gov/home/plantProfile?symbol=CAFR7>. Diakses pada 21 Juni 2021.*United States Department of Agriculture*
- Wuwung, Stevany Carter, 2013. Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh pada Desa Wawona Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (3): 230-238.