



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 819-830

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Efisiensi Pemasaran Kunyit (*Curcuma domestica Va*) (Kasus di Pulau Kelang
Kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat,
Provinsi Maluku)

Martha Turukay

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Indonesia

Email: marthaturukay@yahoo.co.id

Abstrak

Pulau Kelang merupakan salah satu Pulau yang ada di kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat Provinsi Maluku di mana Sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian dari sektor pertanian khususnya usahatani tanaman Kunyit. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran kunyit di pulau kelang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei. Responden dalam penelitian ini yaitu petani tanaman kunyit dan pedagang yang terlibat dalam pemasaran kunyit. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai 35 responden pemilik tanaman kunyit yang diambil secara simple random sampling sebanyak 10 % dari jumlah populasi pemilik tanaman kunyit dan 3 pedagang pengumpul desa serta 3 pedagang pengecer diambil secara sengaja. Analisa data dilakukan secara deskriptif untuk melihat saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran dengan menggunakan Analisa margin pemasaran dan farmer's share. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran kunyit di pulau kelang terlaksana dengan melibatkan petani, pengumpul, pengecer dan konsumen akhir. Saluran pemasaran kunyit di pulau kelang hanya 1 saluran yaitu petani menjual hasil produksi kunyit kepada pengumpul yang ada di desa, kemudian pengumpul menjual kepada pengecer yang ada di kota Ambon dan pengecer menjual kepada konsumen akhir rumah tangga dan industri rumah tangga yang memproduksi jamu yang ada di kota Ambon, Margin pemasaran Kunyit sebesar Rp7500/kg dan farmer's Share sebesar 40 % yang berarti pemasaran Kunyit di Pulau Kelang Kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat tidak Efisien karena nilai farmer's Share < 50 %.

Kata Kunci: *Efisiensi pemasaran, Kunyit, Saluran pemasaran*

Abstract

Kelang Island is one of the islands in Huamual Rear sub-district, West Seram Regency, Maluku Province, where most of the people earn a living from the agricultural sector, especially farming Turmeric plants. The purpose of this research is to find out the marketing channels and marketing efficiency of turmeric in Klang Island. The research method used was the survey method. Respondents in this study were turmeric farmers and traders involved in turmeric marketing. Data collection was carried out by interviewing 35 respondents who owned turmeric plants which were taken by simple random sampling as much as 10% of the total population of turmeric plant owners and 3 village collectors and 3 retail traders were taken deliberately. Data analysis was carried out descriptively to see marketing channels and marketing efficiency using marketing margin analysis and farmer's share. The results showed that the marketing of turmeric in Klang Island was carried out by involving farmers, collectors, retailers and end consumers. There is only one marketing channel for turmeric on Klang Island, namely farmers selling turmeric production to collectors in the village, then collectors selling to retailers in Ambon city and retailers selling to end-consumers, households and home industries that produce herbal medicine in the area. Ambon city, the Turmeric marketing margin is Rp. 7500/kg and the farmer's share is 40%, which means that the marketing of Turmeric on Kelang Island, Huamual Rear District, West Seram Regency is not efficient because the value of the farmer's share is <50%.

Keyword: *Marketing efficiency, Turmeric, Marketing channel*

PENDAHULUAN

Tanaman Kunyit merupakan salah satu tanaman rempah yang bermanfaat dalam menambah cita rasa pada masakan, bahan dasar obat dan kosmetika serta bermanfaat bagi Kesehatan manusia (AHMAD, 2017). Kunyit merupakan salah satu tanaman obat yang paling banyak digunakan sebagai bahan baku utama jamu dan obat tradisional (Kusnadi et al., 2020). Permintaan kunyit semakin banyak sejak pandemi Covid 19, seiring dengan berkembangnya industri herbal sebagai alternatif pengobatan tradisional untuk menjaga daya tahan tubuh. Kebutuhan kunyit dalam negeri sejak pandemic covid 19 tahun 2019 sebanyak 138.704 ton dan tahun 2020 sebesar 147;973 ton (Subkhi et al., 2022).

BPS tahun 2021 luas lahan dan luas panen tanaman kunyit mengalami penurunan dari tahun 2020 sebesar 81.419.316 ha dan tahun 2021 sebesar 73.536.579 ha dengan tingkat produksi untuk tahun 2020 sebesar 193.582.819 ton dan tahun 2021 sebesar 189.825.890 ton Angka ini menunjukkan bahwa kebutuhan kunyit dalam negeri dapat dipenuhi (KUSYADI, 2019).

Provinsi Maluku sebagai salah satu provinsi di Indonesia mempunyai potensi pengembangan tanaman rempah seperti Kunyit, jahe, dan kencur Hal ini dapat dilihat dari

data BPS Provinsi Maluku tahun 2022 mencatat produksi rempah, jahe sebesar 241.001 ton pada tahun 2020 dan tahun 2021 sebesar 665.819 ton. Produksi tanaman kencur yang sebesar 49.390 ton di tahun 2020, di tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 57.435 ton, dan Untuk kunyit pada tahun 2020 sebesar 329.603 ton mengalami kenaikan tahun 2021 sebesar 362.287 ton (Mastuti et al., 2021).

Populasi petani yang mengusahakan tanaman rempah Kunyit, jahe dan kencur di Maluku Sebagian besar di kabupaten Seram bagian barat khususnya kecamatan Huamuual belakang, secara geografis wilayah Kecamatan Huamuual belakang terdiri dari pulau-pulau (Utomo et al., 2019). Maluku dengan julukan pulau seribu, di karenakan terdiri dari 1000 pulau-, dalam hal pemasaran hasil produksi pertanian tentunya akan mengalami kendala terlebih jika kondisi alam tidak baik karena gelombang lautan yang tinggi, dengan sarana transportasi laut yang terbatas antar pulau hal ini yang membuat Biaya pemasaran akan naik yang berdampak pada harga produksi pertanian ditingkat petani rendah dan di tingkat konsumen akan menjadi tinggi (Khairi et al., 2017).

Kecamatan Huamuual Belakang merupakan salah satu Kecamatan yang ada di kabupaten Seram Bagian Barat Provinsi Maluku, dimana Kecamatan ini terdiri atas 3 pulau besar dan hanya 2 pulau yang di huni yaitu Pulau Kelang dan Pulau Buano. Diatas 2 pulau ini terdapat 7 desa secara administrative dan 14 dusun. masyarakat di kecamatan ini menggantungkan hidupnya pada sektor Pertanian secara luas yaitu pertanian tanaman pangan dan hortikultura serta perikanan tangkap (Sundari et al., 2020). Pertanian tanaman hortikultura salah satunya yaitu usahatani tanaman rempah seperti Kunyit (Harinta & Arianti, 2021). Berdasarkan data BPS Kabupaten seram bagian barat 2021, produksi tanaman rempah di Kabupaten Seram Bagian Barat Kecamatan Huamuual Belakang tahun 2021 khusus untuk kunyit sebesar 20,4 ton (Akib et al., 2017).

Mayoritas penduduk di Maluku adalah masyarakat yang tinggal di pesisir pantai yang mata pencaharian sebagian besar sebagai setengah nelayan dan setengah pertanian, Luhulima B dan Maitimu (dalam Haloho, 2022) artinya jika lautan Bergelombang dan tidak bisa melakukan penangkapan ikan maka mata pencaharian mereka pada tanaman pangan dan hortikultura, dan jika lautan tidak bergelombang maka mata pencaharian mereka perikanan tangkap. yang dalam kehidupan sehari-harinya bekerja hanya untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa ada suatu kompetisi, Kondisi ini yang sering membuat petani tidak fokus dalam usahatani (Jayanto, 2021). Kalaupun mereka usahatani dengan luasan lahan yang tidak terlalu besar. Jika kondisi ini terus di pertahankan maka produksi usahatani akan rendah. Jika produktivitas suatu usahatani rendah maka pemasaran dari komoditi ini juga tidak berjalan dengan baik (Lubis, 2022).

Pengusahaan tanaman rempah khususnya kunyit sebagai salah satu sumber mata pencaharian masyarakat guna memenuhi kebutuhan keluarga di Pulau Kelang Kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat, tentunya ketersediaan pasar sangat diperlukan guna menambah manfaat dari produk tersebut, sekaligus dapat meningkatkan motivasi petani untuk mengembangkan usaha mereka lebih baik. Pemasaran Kunyit yang dilakukan petani masih terbatas pada Pedagang pengumpul yang ada di desa sehingga petani tidak punya kemampuan untuk melakukan tawar-menawar harga (Nur et al., 2018).

Sarana transportasi yang digunakan masyarakat di kecamatan ini yaitu untuk menghubungkan Pulau-pulau yang ada di kecamatan Huamual Belakang yaitu transportasi Laut. Ketersediaan sarana transportasi laut masih relatif terbatas sehingga aksesibilitas dari Pulau Kelang ke pusat perekonomian di Kota Ambon tidak lancar (Anjelika & Dahliana, 2023).

Ketersediaan pasar untuk memasarkan hasil produksi petani sangat penting dalam pembangunan pedesaan, oleh sebab itu ketersediaan pasar di Pulau Kelang Kecamatan Huamual Belakang dalam upaya memasarkan produksi Kunyit sangat diperlukan sehingga secara tidak langsung dapat mendorong masyarakat untuk membudidayakan kunyit lebih baik mengingat tanaman kunyit ini sangat banyak manfaatnya dan permintaannya terus meningkat seiring dengan perkembangan industri herbal. Tanaman Kunyit produksinya dalam setahun satu kali. Petani Kunyit di lokasi penelitian biasanya setelah panen mereka langsung menjual ke pedagang pengumpul yang ada di desa. Itu berarti peran Lembaga perantara sangat membantu petani dalam memasarkan produknya. Namun sebaliknya, apabila proses distribusi terlalu panjang dapat merugikan petani (Adelia, 2019). Oleh karena itu saluran pemasaran penting bagi petani Kunyit karena selain menjadi sarana untuk menjual produk, juga akan membantu kelancaran informasi pasar dari produsen kepada konsumen. Ketersediaan pasar, pemilihan saluran pemasaran yang tepat dapat membantu petani untuk mendapatkan bagian harga yang menguntungkan. Penelitian Hikmah, Nurchayati, & Ratnawati (2018) dan Permadi (2017) menjelaskan bahwa saluran pemasaran yang pendek dapat memberikan keadilan yang lebih baik kepada produsen (petani) karena tercapainya efisiensi teknis pemasaran yang semakin tinggi. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran Kunyit di Pulau Kelang Kecamatan Huamual Belakang, Kabupaten Seram Bagian Barat Propinsi Maluku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pulau Kelang (desa Sole, Tonu Jaya dan Tahalupu) Kecamatan Huamual Belakang, Kabupaten Seram bagian barat propinsi Maluku, Pengumpulan data dilakukan pada Bulan September 2022 dengan metode dengan cara wawancara terhadap 35 orang petani Kunyit, 3 pedagang pengumpul dan 3 pedagang pengecer (Ayun, 2020). Pemilihan responden petani kunyit dilakukan secara *simple random sampling*, sedangkan responden pedagang pengumpul dan pengecer dipilih secara sengaja sebanyak 3 orang.

Data yang dikumpulkan antara lain harga, biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran pada tingkat petani, pengumpul, pengecer dan konsumen akhir. Untuk menganalisa efisiensi pemasaran dilakukan analisis margin pemasaran dan nilai tukar/harga petani dengan pendekatan matematis Menurut Sudiyono (dalam Susanti et al., 2021) sebagai berikut : $M = Pr - Pf$

Keterangan :

M : Marjin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

$M = Bp + Kp$

Keterangan :

M : Marjin (Rp/kg)

Bp : Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp : Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

Untuk melihat bagian yang diterima petani dari harga jual (Fram share) sebagai berikut $Fs = (Pf/Pr) \times 100\%$

Keterangan :

Fs = farmers share

Pr = harga di tingkat konsumen

Pf = harga ditingkat produsen.

Margin keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus : (Angipora, 2002) : $\pi = MP - TC$

keterangan:

π = keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

MP = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

TC = total biaya di tingkat lembaga pemasaran.

Menurut Soekartawi (2002), pemasaran dikatakan efisien apabila bagian harga yang diterima petani (farmers share) >50%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

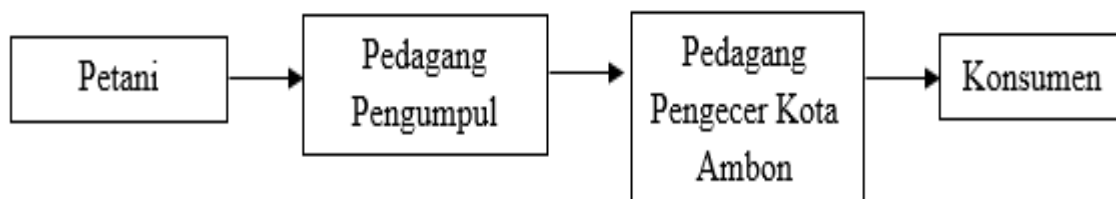
Pemasaran Kunyit

1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga Perantara yang terlibat dalam pemasaran kunyit di Pulau Kelang yaitu Pedagang pengumpul dan Pedagang pengecer. Saluran Pemasaran kunyit melibatkan petani, Pengumpul desa dan pengecer.

Kunyit merupakan salah satu tanaman rempah yang di budidayakan oleh masyarakat tani di Pulau Kelang sebagai salah satu sumber mata pencaharian keluarga. Musim tanam kunyit di mulai dari bulan April sampai Februari. Rata rata luas lahan yang di usahakan 0,25 Ha, dengan tingkat produksi rata rata 50 kg. pemasaran kunyit ditujukan kepada konsumen akhir rumahtangga yang ada di ibu kota propinsi yaitu kota Ambon dan Sebagian ke kota Sorong papua. Penggunaan kunyit oleh konsumen akhir Sebagian besar hanya untuk bumbu masak dan bahan dasar jamu bagi penjual jamu gendong yang berkeliling di kota Ambon.

Hasil penelitian diperoleh informasi tentang harga dan Lembaga perantara yang terlibat dalam pemasaran kunyit di pulau Kelang. Hasil penelitian terlihat hanya 1 pola saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran Kunyit di Pulau Kelang yaitu Petani menjual kepada pengumpul dengan harga Rp 5000 / kg dan pengumpul menjual kepada pengecer dengan harga Rp 8000/ kg, kemudian pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp.12.500/kg seperti gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Kunyit di Pulau Kelang Kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat

Kegiatan Pemasaran Kunyit melalui saluran pemasaran di atas terdapat 4 macam tempat terjadinya transaksi penjualan yaitu (1) petani mendatangi pengumpul untuk menjual hasilnya, (2) Pedagang pengecer dapat membeli barang dari pengumpul di Pelabuhan Motor pada saat pengumpul tiba, (3) pedagang pengecer membeli dari pengumpul di pusat pasar yang bertempat di Kota Ambon dan (4) Pengumpul menjual langsung ke pengecer di Sorong (Papua) dengan sistem semua biaya di tanggung pengecer di Sorong, sehingga harga produk sama dengan harga yang berlaku di kota Ambon. Hal ini

berdampak pada besar kecilnya biaya transportasi yang harus di keluarkan oleh Lembaga perantara yang terlibat dalam pemasaran Kunyit tersebut. Jika pengecer membeli dari pengumpul di Pelabuhan maka biaya transportasi dari tempat penjualan pengecer ke Pelabuhan pulang pergi di tanggung pengecer, tetapi jika pengecer membeli di tempat di mana pengecer berada maka biaya transportasi ditanggung pengumpul (Saputra et al., 2022).

Rantai pemasaran Kunyit di pulau kelang dapat di katakan tergolong pendek karena hanya melibatkan pengumpul dan pengecer untuk sampai ketangan konsumen akhir., Rantai pemasaran yang pendek mempunyai keuntungan antara lain petani mendapat bagian harga yang lebih besar dan konsumen mendapat harga yang lebih murah (Ismoyowati et al., 2021). Kenyataan di lapangan menunjukan bahwa rantai pemasaran pendek tetapi harga di tingkat petani masih tergolong rendah, hal ini disebabkan kondisi geografis yang terdiri dari pulau pulau dan transportasi laut yang relatif terbatas, berdampak pada penentuan harga produk di tingkat petani dimana pengumpul yang menentukan harga karena petani tidak mengetahui informasi harga.

Jarak tempuh dari Pulau kelang ke Pusat perekonomian dalam Hal ini Kota Ambon dapat di katakana jauh karena untuk sampai ke pusat kota harus menggunakan transportasi laut dengan waktu 8 jam perjalanan menggunakan motor tempel , harga tiket per orang Rp.50.000 ditambah harga barang per koli Rp 10000 jarak ini tergolong jauh itupun jika cuaca baik.. jika pedagang menginginkan untuk memasarkan barangnya dengan menggunakan transportasi laut lainnya seperti Speedboat maka harga transport sekali jalan Rp 150.000/orang ditambah harga barang per koli Rp. 10,000

2. Marjin Pemasaran

Margin Pemasaran merupakan salah satu indikator untuk melihat perbedaan harga suatu produk di tingkat konsumen dan produsen serta lembaga perantara yang terlibat dalam pemasaran dan mengukur efisiensi tidaknya pemasaran pemasaran tersebut. Biaya yang di keluarkan dalam pemasaran Kunyit dari produsen (petani di Pulau Kelang) sampai ke pusat konsumen di kota Ambon terdiri dari biaya transportasi, biaya buruh, biaya pengepakan (Agustina & Nurhidayati, 2022). Proporsi biaya yang besar pada biaya transportasi, hal ini di sebabkan jarak antara produsen dan konsumen jauh dan sarana prasarana transportasi laut yang relatif terbatas, Untuk lebih jelas dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Rata-rata biaya dan ratio keuntungan pemasaran per kilogram Kunyit di pulau kelang Kecamatan Huamual Belakang Kabupaten Seram Bagian Barat, 2022

Uraian	Saluran pemasaran
Petani	
Biaya Produksi (Rp)	1237
Harga penjualan (Rp)	5000
Keuntungan Petani (Rp)	3763
Persentase keuntungan pemasaran (%)	75,26
Pengumpul	
Harga Pembelian (Rp)	5000
Biaya Pemasaran (Rp)	1500
Harga Penjualan (Rp)	8000
Keuntungan Pemasaran (Rp)	1500
Persentase Keuntungan Pemasaran (%)	18,75
Pengecer	
Harga Pembelian (Rp)	8000
Biaya Pemasaran (Rp)	800
Harga Penjualan (Rp)	12500
Keuntungan Pemasaran (Rp)	3700
Persentase Keuntungan Pemasaran (%)	29,6
Konsumen	
Harga Pembelian (Rp)	12.500
Total margin Keuntungan (Rp)	8963

Sumber : data diolah 2022

Tabel 1 terlihat bahwa komponen biaya pemasaran yang paling besar di keluarkan oleh pedagang pengumpul yang terdiri dari biaya transportasi laut dan darat rata rata sebesar Rp 1200/ kg, biaya pikul buruh Rp 250/kg dan pengepakan Rp 50 /kg. Biaya pemasaran pada tingkat pengecer terdiri dari biaya transportasi darat Rp500/ kg, buruh pikul Rp 200/kg, Retribusi pasar Rp 50/kg,, dan biaya pengepakan Rp 50/kg .

Berdasarkan rasio keuntungan terlihat petani memperoleh kjeuntungan lebih besar di bandingkan pengumpul dan pengecer, hal ini di sebabkan perbandingan biaya produksi petani yang relative kecil dibandingkan dengan harga jual yang berlaku cukup besar. Jika rasio keuntungan untuk pedagang maka pedagang pengecer memperoleh keuntungan yang lebih besar di bandingkan dengan pedagang pengumpul, hal ini disebabkan pengecer

menanggung resiko susut produk karena tidak langsung terjual habis tetapi membutuhkan waktu yang relatif lama karena kunyit bukan tergolong barang kebutuhan primer.. Pedagang pengumpul memperoleh rasio keuntungan yang lebih kecil karena hanya memindahkan barang dari titik produsen ke pedagang pengecer dengan biaya transportasi dan biaya buruh sehingga tidak menanggung resiko rusak/ susut. Menurut Ningsih Felani, dan Sakdiyah (2015), besar kecilnya faktor resiko akan mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang akan di tetapkan dalam pemasaran (Putra et al., 2023).

Margin pemasaran Kunyit di pulau kelang sebesar Rp 7500/kg dapat di katakana relatif besar dibandingkan dengan harga di tingkat produsen nilai margin pemasaran ini di sebabkan harga ditingkat konsumen tinggi dan harga ditingkat produsen rendah, yang di sebabkan lembaga perantara dalam melakukan fungsinya mengeluarkan biaya. Besar kecilnya biaya yang di dikeluarkan lembaga pemasaran akan berdampak pada besar kecilnya keuntungan yang akan di peroleh mereka..

Farmer's share adalah perbandingan harga yang diterima petani dan harga yang di bayar konsumen. Nilai Farmer's share kunyit di pulau kelang sebesar sebesar 40 % . hal ini berarti pemasaran Kunyit di Pulau kelang belum Efisien, ksrena bagian harga yang diterima petani < 50 %. Menurut Soekartawi (dalam Soesilowati & Mizar, 2022) pemasaran dikatakan efisien apabila petani memperoleh bagian harga yang diterima > 50 %. Nilai Efisiensi Pemasaran Kunyit di Pulau Kelang sebesar 40 % mengindikasikan produsen hanya mendapat 40 % dari harga yang dibayar konsumen, atau dengan kata lain belum terjadi pembagian yang adil antara produsen dan konsumen dimana harga yang di terima produsen rendah dan harga yang di bayar konsumen tinggi . Penyebab tidak efisiennya pemasaran kunyit di pulau kelang yang di sebabkan letak geografi produsen yang ada di Pulau dan akses transportasi yang relatif belum memadai yang berdampak pada tingginya biaya pemasaran..

Hikmah (dalam Agustina & Nurhidayati, 2022) mengatakan bahwa supaya pemasaran dapat efisien maka perlu dilakukan perbaikan transportasi agar rantai pemasaran pendek dan biaya pemasaran dapat di tekan., lebih lanjut dikatakan oleh Permadi (dalam Susanti et al., 2021) bahwa efisiensi pemasaran secara teknis dapat di tingkatkan apabila sarana transportasi dan akses informasi ditingkatkan.

SIMPULAN

Pemasaran Kunyit di Pulau kelang Kecamatan Huamual belakang Kabupaten Seram Bagian Barat melibat petani, pengumpul , pengecer dan konsumen akhir.pemasaran dilakukan dengan cara petani kunyit mendatangi pengumpul yang berada di desa ,

kemudian pengumpul menjual Kunyit ke pengecer yang berada di kota Ambon dan pengecer menjual ke konsumen akhir rumahtangga dan industry rumahtangga Jamu., Pemasaran Kunyit di Pulau Kelang belum Efisien karena Farmer's Share sebesar 40 % < 50 % harga yang di terima petani dari harga jual ditingkat konsumen. Penyebab tidak efisien pemasaran pemasaran kunyit di pulau kelang di karenakan letak geografis produsen pada wilayah pulau dan akses sarana transportasi laut yang relatif terbatas dan berdampak pada tingginya biaya pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, D. (2019). *Analisis Pendapatan Usahatani Berdasarkan Waktu Tanam Dan Karakteristik Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Bumi Nabung Kabupaten Lampung Tengah*. [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/Id/Eprint/54888](http://Digilib.Unila.Ac.Id/Id/Eprint/54888)
- Agustina, D., & Nurhidayati, M. (2022). Pengembangan Home Industry Melalui Inovasi Kemasan Kunyit Bubuk Di Desa Menang Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 108–116. [Https://Doi.Org/10.32764/Abdimas_Ekon.V3i2.2764](https://doi.org/10.32764/Abdimas_Ekon.V3i2.2764)
- Ahmad, S. (2017). *Analisis Efisiensi Pemasaran Kunyit Di Desa Menunggal Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik*. Universitas Wijaya Putra. [Http://Eprints.Uwp.Ac.Id/Id/Eprint/2004](http://eprints.uwp.ac.id/Id/Eprint/2004)
- Akib, M. A., Haniarti, H., & Nurjannah, D. (2017). Upaya Pendampingan Wanita Tani Dalam Pengembangan Produk Kunyit Organik Di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 1(1), 1. [Https://Doi.Org/10.31850/Jdm.V1i1.265](https://doi.org/10.31850/Jdm.V1i1.265)
- Anjelika, V., & Dahliana, A. B. (2023). Analisis Pendapatan Usahatani Kunyit (*Curcuma Longa* Linn) Di Desa Seberang Kecamatan Lamuru Kabupaten Bone. *Jurnal Insan Tani*, 2(1), 24–33. [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1234/Jit.V2i1.11](https://doi.org/10.1234/Jit.V2i1.11)
- Ayun, K. Q. (2020). *Produksi Lip Balm Berbahan Dasar Kunyit (Curcuma Domestica) Dan Kayu Manis (Cinnamomum Verum)*.
- Haloho, S. M. T. (2022). *Analisis Pemasaran Dan Transmisi Harga Kelapa Sawit Di Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar*. Universitas Islam Riau. [Http://Repository.Uir.Ac.Id/Id/Eprint/12571](http://repository.uir.ac.id/Id/Eprint/12571)
- Harinta, Y. W., & Arianti, Y. S. (2021). Penetapan Prioritas Strategi Marketing Mix Produk Olahan Kunyit (Studi Kasus : Umkm Retno Wangi). *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 5(2), 159. [Https://Doi.Org/10.32585/AgS.V5i2.2019](https://doi.org/10.32585/AgS.V5i2.2019)
- Hendarto, M. S., & Totok, I. (2019). *Implementasi Manajemen Pemasaran Usaha Minuman Sinom Kekinian*. [Http://Repository.Unitomo.Ac.Id/Id/Eprint/1775](http://repository.unitomo.ac.id/Id/Eprint/1775)

- Ismoyowati, I., Mugiono, S., Suswoyo, I., & Sulistyawan, I. H. (2021). Suplementasi Tepung Kunyit (*Curcuma Domestica Val*) Dalam Pakan Terhadap Produksi Dan Kualitas Telur Ayam Niaga Petelur. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Agribisnis Peternakan (Stap)*, 8, 213–219. <https://doi.org/http://jnp.fapet.unsoed.ac.id/index.php/psv/article/view/1136>
- Jayanto, D. (2021). *Pengaruh Bokashi Ampas Tahu Dan Tsp Pada Pertumbuhan Dan Produksi Bawang Merah (Allium Ascalonicum L.)*. Universitas Islam Riau. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/13616>
- Khairi, Y., Yusdiarti, A., & Miftah, H. (2017). Marketing Efficiency Analysis Of Leafy Vegetable At Giant Extra Botanical Square, Bogor City. *Jurnal Agribisains*, 3(2). <https://doi.org/10.30997/jagi.v3i2.1046>
- Kusnadi, S., Novita, I., & Miftah, H. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Kunyit (*Curcuma Domestica Val*). *Jurnal Agribisains*, 6(1), 60–68.
- Kusyadi, S. (2019). *Analisis Pendapatan Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Kunyit (Curcuma Domestica Val.) Di Gapoktan Jaya Bakti Desa Mekar Jaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi*. Universitas Djuanda. <http://repository.unida.ac.id/id/eprint/1231>
- Lubis, H. P. (2022). *Analisis Usahatani Dan Pemasaran Cabai Rawit Didesa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/12575>
- Mastuti, R., Indra, S. B., Gustiana, C., & Jamil, M. (2021). Efisiensi Pemasaran Daging Sapi Di Kota Langsa. *Jurnal Ilmiah Fillia Cendekia*, 6(2), 66–70. <https://doi.org/10.32503/fillia.v6i2.1480>
- Nur, S., Wahyuni, A., Wandira, S. A., Pajriati, D., & Andriani, M. (2018). *Community Empowerment: Workshop Pembuatan Serta Pemasaran Serbuk Instan Jahe Dan Kunyit Sebagai Solusi Masyarakat Yang Terdampak Covid-19*.
- Putra, I. G. B. N. P., Jayawarsa, A. A. K., & Maharani, I. A. D. P. (2023). Pkm Pemberdayaan Usaha Produk Pangan Kelompok Wanita Tani (Kwt)“Mawar Langgeng Sari” Desa Penglipuran. *Jurnal Lentera Widya*, 4(2), 110–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.35886/lenterawidya.v4i2.629>
- Rahman, A. A., Yulia, N., & Kosasih, E. D. (2018). Optimalisasi Pemanfaatan Kunyit Dalam Peningkatan Status Kesehatan Dan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya. *Jces / Fkip Ummat*, 1(1), 82. <https://doi.org/10.31764/jces.v1i1.158>
- Saputra, M., Sari, N., Rafiq, M., & Rahmawati, L. (2022). Pelatihan Inovasi Produk Serta

- Strategi Pemasaran Pada Umkm Bubuk Jahe Di Masa Pandemi Covid 19. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 142. <https://doi.org/10.35914/Tomaega.V5i1.977>
- Soesilowati, E., & Mizar, M. A. (2022). *Peningkatan Kualitas Dan Produktivitas Olahan Biofarmaka Melalui Penerapan Teknologi Tepatguna*. <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/50485>
- Subkhi, A., Humaidi, F., & Susanto, H. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kunyit Di Desa Menunggal Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. *Agriwitas (Agribisnis Wijaya Putra Surabaya)*, 1(01), 1–6.
- Sundari, S., Susiati, A. M., & Setiyoko, A. (2020). *Laporan Akhir Pengabdian Pada Masyarakat: Pkm Desa Argomulyo: Produksi Dan Pemasaran Sosis Fungsional Daging Itik Yang Dicuring Nanokapsul Jus Kunyit*. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/11233>
- Susanti, A., Khoiro, A. N., Solikhah, A., Oktavia, B., & Nuraini, U. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Milkshake Dan Ice Cream "Soj" Suwe Ora Jamu. *Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, And Economics (Nsafe)*, 1(5).
- Utomo, B., Alam, M. C., & Ridho, M. H. (2019). Analisis Pemasaran Daun Pepaya Jepang: Studi Kasus Di Komunitas Organik Brenjonk Desa Penanggung Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Agrimas*, 3(1), 1–12. <https://journal.unimas.ac.id/index.php/agri/article/view/86>