

**ANALISIS PEMASARAN CABAI MERAH DENGAN PENDEKATAN SCP  
( STRUCTURE CONDUCT AND PERFORMANCE)  
DI KABUPATEN LANGKAT  
(Studi Kasus di Kecamatan Sei Bingai)**

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Pertanian di  
Program Studi Magister Agribisnis di Fakultas Pertanian  
Universitas Islam Sumatera Utara

**OLEH:**

**SULASTRI  
NIM/NPM 71220725024**



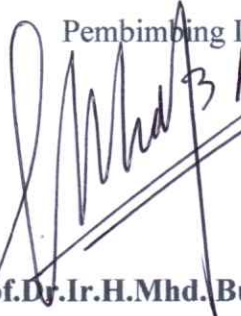
**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**


**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS PEMASARAN CABAI MERAH DENGAN PENDEKATAN SCP**  
**(STRUCTURE CONDUCT AND PERFORMANCE)**  
**DI KABUPATEN LANGKAT**  
**(Studi Kasus di Kecamatan Sei Bingai)**

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA MAHASISWA** : SULASTRI  
**NIM/NPM** : 71220725024  
**PROGRAM PENDIDIKAN** : MAGISTER (S2)  
**PROGRAM STUDI** : AGRIBISNIS

**DISETUJUI OLEH**  
**KOMISI PEMBIMBING**

Pembimbing I  
Acc 2/12-2024  
semua baik  
  
Prof. Dr. Ir. H. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si

Pembimbing II  
Acc Semihor Fathul Sulastri  
1/12-24  
  
Prof. Dr. Ir. Tri Martial, MP

**PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2024**

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pemasaran .....	8
2.2 Margin Pemasaran.....	10
2.3 Efisiensi Pemasaran.....	12
2.4 Cabai.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu .....	19
2.6 Kerangka Pemikiran .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	366
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	36
4.2. Karakteristik Responden .....	388
4.3. Gambaran Pemasaran Cabai Merah .....	52
4.4. Struktur Pasar (Market Structure) .....	54
4.5. Kinerja Pasar (Market Performance).....	59
4.6. Perilaku Pasar.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN .....	- 1 -

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Sholawat beriringsalam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallah Alaihi Wasallam karena beliau adalah yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini. Penulis telah menyelesaikan proposal ini dengan judul **“ANALISIS PEMASARAN CABAI MERAH DENGAN PENDEKATAN SCP (STRUCTURE CONDUCT AND PERFORMANCE) DI KABUPATEN LANGKAT (Studi Kasus di Kecamatan Sei Bingai)”**. Proposal Tesis ini disusun dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S2) pada program studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara (UISU).

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Safrida, SE, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Dr. Ir. Murni Sari Rahayu, M.P selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Dr. Rasidin Karo-Karo, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Prof. Dr. Ir. H. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian Proposal Tesis ini.

5. Prof. Dr. Ir. Tri Martial, M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian Proposal Tesis ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian UISU yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Alm. Ayahanda dan Ibunda Tercinta yang telah memberikan doa dan motivasi. Selama hidupnya Jasa beliau tak akan hilang sampai akhir hayat.
8. Suami tercinta dan anak-anak tersayang yang telah memberikan dorongan setulus hati dan penuh pengertian kepada penulis dalam menyelesaikan studi program Pascasarjana.
9. Keluarga dan seluruh teman-teman seperjuangan khususnya teman-teman Magister Agribisnis Langkat- B stambuk 2023.

Akhir kata penulis berharap semoga Proposal Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan ke Tahap selanjutnya menjadi lebih baik. Aamiin Yaa Rabbal'Aalamiin.

Medan, November 2024

Sulastri

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita R, B. N. (2017). *Pemasaran Produk Pertanian*. ANDI.
- Asmarantaka RW. (2014). *Pemasaran Agribisnis (Agri marketing)*. IPB Press.
- Baharuddin, R. (2016). Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Cabai (*Capsicum annum*. L) Terhadap Pengurangan Dosis NPK Dengan Pemberian Pupuk Organik. *Dinamika Pertanian.*, 32(2), 115–124.
- Baye M. (2010). *Managerial Economics and Business Strategy, Seventh Edition*. McGraw-Hill Book Company.
- BPS. (2022). *Provinsi Sumatera Utara Dalam Angka 2022*.
- Carlton DM, P. J. (2000). *Introduction to Industrial Organizzation*. MIT Pres.
- Daniel, T. K., & Akrab, A. (2023). Analisis Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens* L.) Di Desa Kasimbar Barat Kecamatan Kasimbar. *Agrotekbis : E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 11(3), 747–753. <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v11i3.1749>
- Djarwaningsih, T. (2005). *Pemanfaatan Jenis-Jenis Cabai (Capsicum spp.) Sebagai Tanaman Hias*.
- Elisa, Hadayani, & Effendy. (2016). Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanaga Kota palu. *J. Agroland*, 23(1), 77–85.
- faezal, I Gusti Agung, N. (2023). Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Cabai Merah Di Kota Mataram. *Ilmiah Hospitality*, 12(2).
- Fatmawati, F., & Zulham, Z. (2019). Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea mays*) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.32662/gatj.v2i1.488>
- Graham Huggan. (2003). *The post-colonial exotic marketing the margins*.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2022). The Affecting of Farmer Ages, Level of Education and Farm Experience of the farming knowledge about Kartu Tani beneficial and method of use in Parakan Distric, Temanggung Regency. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 209–221. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.926>
- Hia, A., Nurmalina, R., & Rifin, A. (2020). Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah Di Desa Cidatar Kecamatan Cisarupan Kabupaten Garut. *Forum Agribisnis*,

10(1), 36–45. <https://doi.org/10.29244/fagb.10.1.36-45>

- Jakiyah, U., & Sukmaya, S. G. (2020). Efisiensi Pemasaran Komoditas Manggis Di Kabupaten Tasikmalaya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 201. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i1.2964>
- Jannah, M., & Hani, E. S. (2019). Analisis Rantai Pasokan Cabai Merah di Kabupaten Banyuwangi. *Prosiding Pembangunan Pertanian Dan Peran Pendidikan Tinggi Agribisnis*, 179–191.
- Jaya WK. (2001). *Ekonomi Industri*. Universitas Gajah Mada.
- Koesriwulandari, K. (2018). Model Keuntungan Pemasaran Bunga Sedap Malam Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 18(2), 19–31. <https://doi.org/10.30742/jisa1822018527>
- Kohls RL, U. J. (2002). *Marketing of Agricultural Product*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Understanding the Marketplace and Consumers. *Principles of Marketing 12e*, 140.
- Kotler, P., Shalowitz, J., & Stevens, R. (2008). *Strategic marketing for health care*.
- Lepa, J. E. M., Jocom, S. G., & Porajouw, O. (2023). Analisis Efisiensi Pemasaran Komoditas Cabai Keriting Di Desa Toure Dua Kecamatan Tompasso Barat Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 19(2), 1255–1266. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.v19i2.50708>
- Mar'atil Khasanah, Z., Murdy, S., & Fitri, Y. (2021). Analisis Pemasaran Cabai Merah Keriting dengan Pendekatan SCP (Structure, Conduct, and Performance) di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 23(01), 22–30. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v23i01.11867>
- Musyadar, W. N. dan A. (2015). *Tataniaga Pertanian*. Universitas Terbuka.
- Nooyo, I., & Fatmawati. (2021). Analisis Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) Di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 9(3), 169–180.
- Nurhanifah., Kassa., S., & Wirahatmi. (2023). Analisis Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi. 11(4), 930–937.
- Oping, J. M. (2023). Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Kamanga Dua Kecamatan Tompasso Kabupaten Minahasa. *Jurnal Multidisplin Ukita (JMU)*, 1(3), 194–198.

<https://ukita.ukit.ac.id/jurnal/index.php/JMU/article/view/58>

- Pardin Lasaksi. (2023). Analisis peran sektor pertanian pemerintah terhadap perekonomian. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 1 number 3(3), 165–171.
- Persaingan, S., & Pasar, D. I. (2024). *Jurnal bahasa indonesia*. 02(01), 36–48.
- Pratama, D. et al. (2017). *Teknologi Budidaya Cabai Merah*. Universitas Riau.
- Purrohman, P. S. (2018). *Penetapan Harga Distrikriminasi Cabe Rawit Merah di Pasar Induk Kramatjati , Jakarta Timur. April 2015*.
- Reza, M., & Hamida, R. (2022). Optimalisasi Pemasaran Tanaman Olerikultura (Kasus Pada Pemasaran Cabai Besar Di Kota Payakumbuh). *Menara Ilmu*, 16(2), 54–62. <https://doi.org/10.31869/mi.v16i2.3434>
- Rita Herawaty Br Bangun. (2021). KARAKTERISTIK PETANI DAN KELAYAKAN USAHATANI JAHE DI SUMATERA UTARA. *Jurnal Agribisnis Komun.Pertan*, 4(April), 1–8.
- Ritonga, M. K. R. (2023). Analisis Pemasaran Agroindustri Kerupuk Opak Model Structure Conduct Performance ( SCP ) di Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang. *SKRIPSI*.
- Rizal, M. (2018). Margin dan Efisiensi Pemasaran Lada (*Piper nigrum linn*) di Desa Saotengnga Kecamatan Sinjai Tengah Kabupaten Sinja. *Universitas Muhamm*, 1–81.
- Satriadi, Agusven, T., Lastriani, E., & Triyani, D. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Rey Media Grafika.
- Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*,. UI-Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suhaeni, S., & Ayu Andayani, S. (2020). Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.35706/agrimanex.v1i1.4745>
- Suryadi, N. I. (2023). Studi Profitabilitas Usaha Tani dan Pemasaran Tomat di Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Al - Rasyad*, 02(01), 11–28.
- Trihastuti, A. E. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++* (p. 132). CV Budi.
- Utaminingsih, E. B., Watemin, & Dumasari. (2009). Analisis Pemasaran Cabai



Merah (*Capsicum annum*) di Desa Gombong Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. *Agritech*, 11(2), 116–124.

Waldman DE, J. E. (2017). *Industrial organization.theory and practice. Third Edition*. Prentice Hall.

Yamin F, Anna F, S. J. (2019). *Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Cikalang di Kabupaten Halmahera Selatan*. Institut Pertanian Bogor.

Yufita, F., Aritonang, M., & Fitrianti, W. (2024). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Karet Rakyat Di Desa Kupan Jaya Kecamatan Tempunak Kabupaten Sintang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(1), 276. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.01.23>

Zainal A, Harahap N, L. A. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*.

## LAMPIRAN

### **Kuesioner Pemasaran Cabai Merah dengan Pendekatan SCP (Structure, Conduct, and Performance) di Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat Bagi Petani**

#### **Petunjuk Pengisian:**

1. Kuesioner ini bertujuan untuk memahami struktur, perilaku, dan kinerja pemasaran cabai merah di Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat.
2. Mohon isi setiap pertanyaan dengan jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda.
3. Data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian.

#### **Identitas Responden:**

1. Nama: \_\_\_\_\_
2. Umur: \_\_\_\_\_
3. Jenis Kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
4. Pendidikan Terakhir:
  - SD
  - SMP
  - SMA
  - Perguruan Tinggi
5. Lama Usaha Tani Cabai Merah: \_\_\_\_\_ tahun

#### **Struktur Pasar (Market Structure)**

1. Berapa jumlah pedagang pengumpul (toke) yang biasa Anda jual cabai merah? \_\_\_\_\_
2. Berapa jumlah rata-rata produksi cabai merah Anda per musim tanam? \_\_\_\_\_ kg
3. Apakah ada hambatan dalam memasuki pasar cabai merah di wilayah Anda?
  - Ya

- Tidak
4. Jika ya, sebutkan hambatan tersebut:
- 
5. Apakah Anda menjual cabai merah ke pedagang besar?
- Ya
  - Tidak
6. Berapa pangsa pasar pedagang besar di wilayah Anda? \_\_\_\_\_
7. Berapa pangsa pasar pedagang pengumpul di wilayah Anda?
- 
8. Apakah ada konsentrasi pasar di wilayah Anda?
- Ya
  - Tidak
9. Jika ya, sebutkan bentuk konsentrasi tersebut:
- 

**Perilaku Pasar (Market Conduct)**

10. Bagaimana cara Anda menetapkan harga jual cabai merah?
- Berdasarkan biaya produksi
  - Mengikuti harga pasar
  - Negosiasi dengan pembeli
11. Bagaimana cara Anda mempromosikan cabai merah?
- Diskon
  - Iklan
  - Pameran
  - Lainnya: \_\_\_\_\_
12. Apakah Anda sering melakukan promosi untuk menjual cabai merah?
- Ya
  - Tidak
13. Apakah Anda menjual cabai merah ke pasar modern (supermarket, hotel, restoran)?
- Ya
  - Tidak

14. Jika ya, bagaimana cara Anda melakukan kerjasama dengan pasar modern tersebut? \_\_\_\_\_

15. Bagaimana Anda mengatur distribusi cabai merah ke konsumen?

- Melalui pedagang pengumpul
- Langsung ke pasar
- Lainnya: \_\_\_\_\_

16. Apakah Anda pernah mengalami masalah dalam distribusi cabai merah?

- Ya
- Tidak

17. Jika ya, sebutkan masalah tersebut:

\_\_\_\_\_

18. Bagaimana Anda menilai hubungan dengan pedagang pengumpul?

- Sangat baik
- Baik
- Cukup
- Kurang

### **Kinerja Pasar (Market Performance)**

19. Berapa harga jual cabai merah Anda ke pedagang pengumpul?

\_\_\_\_\_ Rp/kg

20. Berapa harga jual cabai merah di tingkat konsumen akhir?

\_\_\_\_\_ Rp/kg

21. Berapa biaya yang Anda keluarkan untuk transportasi cabai merah ke pasar?

\_\_\_\_\_ Rp/kg

22. Apakah Anda merasa puas dengan keuntungan yang Anda peroleh dari usaha tani cabai merah?

- Sangat puas
- Puas
- Cukup puas
- Tidak puas

23. Apakah menurut Anda pemasaran cabai merah di wilayah Anda sudah efisien?

- Ya
- Tidak

24. Jika tidak, sebutkan alasan ketidakefisienan tersebut:

---

25. Berapa margin pemasaran cabai merah yang Anda peroleh?

---

26. Berapa efisiensi pemasaran cabai merah di wilayah Anda?

---

27. Bagaimana Anda menilai kinerja pemasaran cabai merah secara keseluruhan?

- Sangat baik
- Baik
- Cukup
- Kurang

### **Saran dan Masukan**

28. Apakah Anda memiliki saran untuk meningkatkan pemasaran cabai merah di wilayah Anda?

---

Terima kasih atas partisipasi Anda!

**Kuesioner Penelitian: Analisis Pemasaran Cabai Merah dengan Pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP) bagi Penjual**

Petunjuk Pengisian:

Mohon isi kuesioner ini dengan jujur dan lengkap. Jawaban Anda sangat berarti dan akan dijaga kerahasiaannya.

## **I. Informasi Umum**

### **1. Nama Penjual:**

(Opsional)

### **2. Lokasi Penjualan:**

- Pasar Tradisional
- Pasar Modern/Supermarket
- Toko Kelontong
- Lainnya: \_\_\_\_\_

### **3. Lama Usaha Berjualan Cabai Merah:**

- < 1 tahun
- 1-3 tahun
- 4-6 tahun
- 6 tahun

### **4. Rata-rata Penjualan Per Hari (Kg):**

- < 10 kg
- 10-20 kg
- 21-50 kg
- >50 kg

## **II. Structure (Struktur Pasar)**

**5. Berapa jumlah pesaing (penjual cabai merah) di lokasi penjualan Anda?**

- Sedikit (1-5 penjual)
- Cukup banyak (6-10 penjual)
- Banyak (> 10 penjual)

**6. Bagaimana Anda menilai tingkat persaingan harga cabai merah di lokasi Anda?**

- Sangat ketat
- Cukup ketat
- Tidak terlalu ketat
- Tidak ada persaingan harga

**7. Apakah Anda memiliki akses langsung ke pemasok (petani/pengepul)?**

- Ya
- Tidak

**8. Dari mana Anda biasanya mendapatkan pasokan cabai merah?**

- Petani langsung
- Pengepul
- Distributor besar
- Lainnya: \_\_\_\_\_

**9. Apakah Anda terikat kontrak dengan pemasok tertentu?**

- Ya
- Tidak

### **III. Conduct (Perilaku Pasar)**

#### **10. Bagaimana Anda menentukan harga jual cabai merah?**

- Mengikuti harga pasar
- Berdasarkan biaya dan margin keuntungan
- Berdasarkan harga dari pemasok
- Lainnya: \_\_\_\_\_

#### **11. Apakah Anda melakukan promosi khusus untuk meningkatkan penjualan cabai merah?**

- Ya
- Tidak

#### **12. Jika ya, promosi apa yang paling sering Anda lakukan?**

- Diskon harga
- Bonus (misalnya, beli 1 kg dapat tambahan 100g)
- Kemasan khusus
- Lainnya: \_\_\_\_\_

#### **13. Bagaimana Anda menjaga kualitas cabai merah yang Anda jual? (Pilih semua yang sesuai)**

- Penyimpanan yang baik
- Pemilihan cabai berkualitas dari pemasok
- Pengecekan rutin kualitas
- Lainnya: \_\_\_\_\_



**14. Apakah Anda bekerja sama dengan pihak lain dalam pemasaran cabai merah (misalnya, kelompok tani, pengepul)?**

- Ya
- Tidak

**15. Apakah Anda memanfaatkan teknologi (misalnya, media sosial atau platform online) untuk penjualan cabai merah?**

- Ya
- Tidak

#### **IV. Performance (Kinerja Pemasaran)**

**16. Bagaimana Anda menilai tingkat keuntungan dari penjualan cabai merah?**

- Sangat menguntungkan
- Cukup menguntungkan
- Tidak terlalu menguntungkan
- Rugi

**17. Apakah penjualan cabai merah Anda stabil sepanjang tahun?**

- Ya
- Tidak

**18. Jika tidak, di bulan apa saja biasanya penjualan meningkat? (Pilih semua yang sesuai)**

- Januari-Maret
- April-Juni

- Juli-September
- Oktober-Desember

**19. Bagaimana penjualan cabai merah Anda dibandingkan tahun lalu?**

- Meningkat
- Stabil
- Menurun

**20. Apa yang menurut Anda menjadi faktor utama yang memengaruhi kinerja penjualan cabai merah Anda?**

- Persaingan harga
- Kualitas produk
- Strategi pemasaran
- Kondisi pasar
- Lainnya: \_\_\_\_\_

**V. Saran dan Masukan**

**21. Apa yang menurut Anda bisa dilakukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran cabai merah?**

---

**22. Apakah ada saran bagi pemerintah atau lembaga terkait untuk membantu meningkatkan kinerja pemasaran cabai merah?**

---

---

**Terima kasih atas partisipasi Anda!**

# DOKUMENTASI

(1)



# DOKUMENTASI

(2)

