

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN SISTEM OFFLINE DAN KOMBINASI
OFFLINE-ONLINE BUNGA SEDAP MALAM DI DESA REMBANG KABUPATEN
PASURUAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana



LATIFA NUR AINI

NIM: 201910210311154

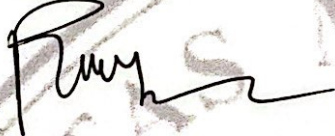
**FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS KINERJA PEMASARAN SISTEM OFFLINE DAN KOMBINASI
OFFLINE-ONLINE BUNGA SEDAP MALAM DI DESA REMBANG KABUPATEN
PASURUAN

Oleh :
LATIFA NUR AINI
NIM : 201910201311154

Disetujui oleh :
Pembimbing Utama Malang, 20 September 2023


Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.
NIP 196501011990032001

Pembimbing Pendamping Malang, 20 September 2023


Fithri Mufriantie, S.P., M.P
NIP 20210722071976

Malang, 20 September 2023

Mengesahkan :

Ketua Program Studi Agribisnis,



HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN SISTEM OFFLINE DAN KOMBINASI
OFFLINE-ONLINE BUNGA SEDAP MALAM DI DESA REMBANG KABUPATEN
PASURUAN**

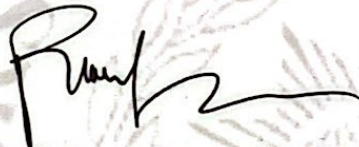
Oleh:

LATIFA NUR AINI
NIM :201910210311154

Disusun dan dilaksanakan berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor : E.2.b/801/FPP-UMM/VIII/2023 dan rekomendasi Komisi Skripsi
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal : 03 Agustus 2023
dan keputusan Ujian Sidang yang dilakukan pada tanggal : 20 September 2023

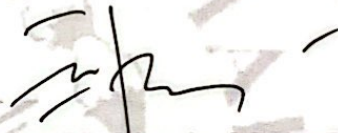
Dewan Penguji

Penguji I



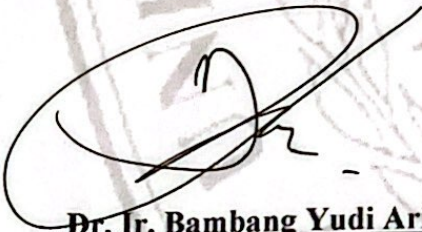
Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.
NIP 196501011990032001

Penguji II



Fithri Mufriantje, S.P., M.P.
NIP 20210722071976

Penguji III



Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M.
NIP 10589090106

Penguji IV



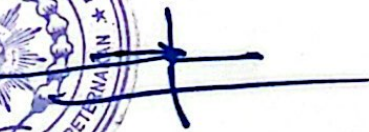
Dr. Ir. Anas Tain, M.M.
NIP 196602211991011001

Malang, 20 September 2023

Mengesahkan:



Dekan Fakultas Pertanian-Peternakan



Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, MM., M.Si., IPU., ASEAN Eng.
NIP 196405141990031002



Ketua Prodi Agribisnis

Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP 170801041992

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Latifa Nur Aini

Nim : 201910210311154

Program Studi : Agribisnis

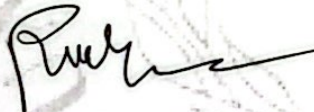
Fakultas : Pertanian-Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ Analisis Kinerja Pemasaran Bunga Sedap Malam Sistem Offline dan Kombinasi Offline-Online di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan” adalah bukan hasil karya orang lain sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dewan pembimbing.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 20 September 2023

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.

NIP. 196501011990032001

Pembuat Pernyataan



Latifa Nur Aini

201910210311154



ABSTRAK

Latifa Nur Aini 201910210311154. **Analisis Kinerja Pemasaran Bunga Sedap Malam Sistem Offline dan Kombinasi Offline-Online di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan.** Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian – Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. Dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M. Dan Ibu Fithri Mufriantje, S.P., M.P.

Produksi bunga sedap malam setiap tahun semakin meningkat, sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan antar pelaku usaha. Pelaku usaha perlu melakukan inovasi sistem pemasaran, tidak hanya offline tetapi juga online. Peluang besar bagi para pelaku usaha saat ini untuk menggunakan sistem *online*, karena jangkauan pasar yang lebih luas. Tujuan penelitian yaitu untuk (1) Jangkauan pemasaran, (2) Analisis penerimaan dan pendapatan, (3) Perbedaan penerimaan dan pendapatan pemasaran offline dan kombinasi offline-online. Data primer diperoleh dari pedagang bunga sedap malam di Desa Rembang pada bulan April-Mei 2023. Data diolah dengan analisis biaya, penerimaan dan pendapatan, uji beda *independen t-test*. Jangkauan pasar offline memiliki lingkup yang sempit dibandingkan Sistem online yang luas dan mampu menjangkau pasar luar kota dan provinsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan dan pendapatan perbulan pada sistem pemasaran offline bunga sedap malam sebesar Rp. 20.140.000 dan Rp. 7.182.833, sedangkan pada sistem pemasaran kombinasi offline-online data yang sama berturut-turut sebesar Rp. 24.268.167 dan Rp. 8.431.783. Hasil uji perbandingan pada penerimaan dan pendapatan berbeda secara signifikan, sehingga menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti terdapat perbedaan kedua komponen pada sistem pemasaran offline dan kombinasi offline-online bunga sedap malam.

Kata kunci: Kinerja Pemasaran, Penerimaan, Pendapatan.

ABSTRAC

Latifa Nur Aini 201910210311154. **Analisis Kinerja Pemasaran Bunga Sedap Malam Sistem Offline dan Kombinasi Offline-Online di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan.** Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian – Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. Dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M. Dan Ibu Fithri Mufriantje, S.P., M.P.

The production of tuberose flowers increases every year, resulting in competition between business actors. Business actors need to innovate marketing systems, not only offline but also online. There is a big opportunity for business people today to use online systems, because the market reach is wider. The research objectives are (1) Marketing reach, (2) Analysis of revenue and income, (3) Differences in offline marketing revenue and income and the offline-online combination. Primary data was obtained from tuberose flower traders in Rembang Village in April-May 2023. The data was processed using cost, revenue and income analysis, independent difference t-test. The offline market reach has a narrow scope compared to the online system which is broad and able to reach markets outside cities and provinces. The results of the research show that the average monthly receipts and income from the offline marketing system for tuberose flowers is Rp. 20,140,000 and Rp. 7,182,833, while in the offline-online combination marketing system the same data is Rp. 24,268,167 and Rp. 8,431,783. The results of the comparison test on revenue and income are significantly different, thus showing that the null hypothesis (H_0) is rejected, which means there are differences between the two components in the offline marketing system and the offline-online combination of tuberose flowers.

Keywords: Marketing Performance, Acceptance, Income.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya serta nikmat yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Pemasaran Sistem Offline dan Kombinasi Offline-Online Bunga Sedap Malam di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan”. Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana Pertanian di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penulisan ini, penulis banyak bantuan dari pihak lain, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa berupa kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tersayang Bapak Abdul latif dan Ibu rustiani yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, doa dan materi kepada penulis.
3. Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M selaku dosen pembimbing pertama penulis dalam menyusun skripsi.
4. Ibu Fithri Mufriantje, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing kedua penulis dalam menyusun skripsi.
5. Bapak Dr. Ir. Aris Winoyo., MM., M.Si., IPU. selaku Dekan Fakultas Pertanian – Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Ary Bakhtiar, SP., M.Si. selaku ketua prodi Agribisnis.
7. Naura Salfa Talita Latif sebagai adik penulis yang telah memberi dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Abah, Nenek, Om, Tante dan saudara penulis yang setiap harinya memberikan doa, motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Lelaki dengan tanggal lahir 28 juli 2001 yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis untuk mencapai gelar sarjanah.
10. Izah, Endah, Anisyah, Anggi dan alya sebagai sahabat penulis yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

11. Nikmah, Ade, Budi dan Pretty sebagai sahabat yang telah bersama-sama dalam menyelesaikan studi strata 1 serta teman-teman kelas Agribisnis C angkatan 2019.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, setelah melewati tangis dan gelisah karena tekanan dari luar maupun dalam, terima kasih sudah mau berjuang sampai titik ini.

Malang, 20 September 2023

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Definisi Operasional.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kinerja Pemasaran.....	25
2.3 Pemasaran offline	25
2.4 Pemasaran online	26
2.5 Bunga sedap malam.....	27
2.6 Biaya.....	27
2.7 Penerimaan.....	28
2.8 Pendapatan	28
2.9 Kerangka Pemikiran	29
2.10 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Jenis Data.....	33
3.3 Waktu dan Tempat	33
3.4 Teknik Pengambilan Sempel	33
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	34

3.6 Metode Analisis Data	34
3.6.1 Analisis Biaya	34
3.6.2 Analisis Penerimaan.....	35
3.6.3 Analisis Pendapatan	35
3.6.4 Uji Normalitas	36
3.6.7 Uji Independent sample t Test	36
3.7 Pengukuran Variabel	37
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
4.1 Kondisi umum penelitian.....	39
4.1.1 Letak Geografis Lokasi Penelitian	39
4.1.2 Kondisi Demografis Lokasi Penelitian	40
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1 Karakteristik Responden.....	44
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
5.1.4 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan.....	46
5.2 Jangkauan Pasar Bunga Sedap Malam	47
5.3 Penerimaan dan Pendapatan Pemasaran Bunga Sedap Malam.....	49
5.5 Perbandingan penerimaan dan pendapatan Pemasaran Bunga Sedap Malam.....	55
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	57
6.1 Kesimpulan	57
6.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi bunga sedap malam di Kabupaten Pasuruan Tahun 2016-2019	10
Tabel 2. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 3 Jumlah penduduk berdasarkan pendidikan.....	41
Tabel 4 Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian.....	42
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 9 Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Bunga Sedap Malam	50
Tabel 10. Hasil Perbandingan Penerimaan dan Pendapatan Bunga Sedap Malam.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir..... 31
Gambar 2. Peta Desa Rembang..... 40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	66
Lampiran 2. Karakteristik Responden	69
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	72
Lampiran 4. Hasil Perbandingan Penerimaan Pemasaran Offline dan Kombinasi Offline-online.....	86
Lampiran 5. Hasil Perbandingan Pendapatan Pemasaran Offline dan Kombinasi Offline-online.	86
Lampiran 6. Dokumentasi.....	87



DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Shouk, M., & Eraqi, M. I. (2015). Perceived barriers to e-commerce adoption in SMES in developing countries. *International Journal of Services and Operations Management*, 21(3), 332–353.
<https://doi.org/10.1504/IJSOM.2015.069652>
- Adawiyah, R. (2017). Strategi Petani Bunga Sedap Malam (Polianthes Tuberosa) dalam Menghadapi Pasar di Desa Pekoren Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan. *AntroUnairdotNet*, VI(2), 199–212.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5367/oa.2012.0103>
- Afriani, E., Azizah, I., & Rahayu, N. J. (2019). Calculating The Implementation Of Variable Costs With The Scattergraph Method Menghitung Implementasi Biaya Variable dengan Metode Scattergraph. *Research In Accounting Journal*, 1(2), 298–305. <https://doi.org/10.37385/raj.v1i2.244>
- Amir, N. O., & Mustikawati, D. (2019). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 681–688.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.3>
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran selama Pandemi Covid-19 dengan Mediasi Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Branding (Studi pada Pelaku UMKM yang Menggunakan Media Sosial). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 752.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p752-767>
- Anggriawan, D., & Setiawan, T. (2018). Analisis Pendapatan Dan Biaya Relevan Pada Peralihan Bisnis Offline Toonline (Studi Kasus Pada Toko Fashion Hproject). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6.
<https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1309>

- Aprillia, I., & Manuputty, Z. (2020). *Strategi Untuk Pelaku Bisnis Dalam Mempertahankan Sistem Penjualan di Era New Normal*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33658/jl.v18i1.264>
- Assegaf. (2019). Pengaruh Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(1), 1–5.
<https://doi.org/10.35137/jei.v20i1.237>
- Astami, W. S. (2013). Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Financial Metrics (Studi Kasus Untuk Produk CN-235 di PT. Dirgantara Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–14.
<https://doi.org/10.17509/jimb.v4i2.999>
- Budiyanto, G., & Widodo, A. S. (2022). Peningkatan Produksi dan Pemasaran Online Bunga Kering Rayung Gambas. *Berdikari: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 10(2), 134–144.
<https://doi.org/10.18196/berdikari.v10i2.14603>
- Dastagiri, M. B., Ganesh Kumar, B., Hanumanthaiah, C. V., Paramsivam, P., Sidhu, R. S., Sudha, M., Mandal, S., Singh, B., & Chand, K. (2012). Marketing efficiency of India's horticultural commodities under different supply chains. *Outlook on Agriculture*, 41(4), 271–278.
<https://doi.org/10.5367/oa.2012.0103>
- Fauzi, H., & Kholiq, B. (2023). Analisis Pemasaran Jahe Merah Serbuk secara Offline dan Online di Masa Pandemi Covid-19 Kasus di PT Wangunsari Pratama *Offline and Online Marketing Analysis of Powdered Red Ginger during the Covid-19 Pandemic case at PT Wangunsari Pratama*. 5(2), 39–45. <https://doi.org/1024198/mkttv5i2.45591>
- Ginting, M., & Purba, J. F. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias Daun Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Agrilink*, 1(2), 66–71.
<https://doi.org/10.36985/agrilink.v8i2.34>

- 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>
- Harahap, D. F., & Hasim, W. (2021). Implementasi Swot Strategi Pemasaran Online pada Counter Super Cell Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/jms.v1i1.471>
- Hasanuddin, A., Said, M., & Ruslan, M. (2020). The Effect of Distribution Channel, Marketing Cost and Selling Capacity on the Income of Potato Farmers in Gowa South Sulawesi. *Idn. J. of Business and Management*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i3.2823>
- Hidayah, L. N., Marina, I., & Sumantri, K. (2022). Pengaruh Market Place Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Di Sentra Majalengka. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.56916/jira.v1i1.100>
- Jana, G. (2022). *Perbandingan kinerja usaha dalam sistem pemasaran online dan offline pada komoditas sayuran organik*. 11(2). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i02.673>
- Januarsah, I., Jubi, J., Inrawan, A., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada Pt Pp London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Finacial: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.37403/finacial.v5i1.90>
- Jufrizen, & Hadi, F. P. (2021). Jurnal Sains Manajemen. *Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja*, 7(1), 66–77. <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jsmn/article/view/105/79>
- Kartini, D., & Sitepu, H. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Bunga Krisan*

Potong (chrysanthemum, Sp). 24(3), 1311–1319. <https://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/2214/1497>

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>

Latief, A., & Karyadi, K. (2022). Analisis usahatani bunga krisan (*Crhysanthemum. sp*) desa Kenteng Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. 40(2), 108–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.47728/ag.v40i2.367>

Lestariningsih, U., Setiadi, A., & Setiyawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Agrowisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Krisan Di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.32585/ags.v2i1.218>

Li, Y., & Lei, M. (2016). Analysis on Development Pattern and Marketing Strategy of Flower E-Commerce of Personalized Customization—A Case Study of the Beast. *Open Journal of Business and Management*, 04(01), 60–66. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2016.41007>

Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.623>

Mardani, T. M. Nur2, H. S. (2017). Analisis Usaha Tani Tanaman Pangan Jagun. *Mardani Dkk*, 1((3)), 203–212. <https://doi.org/10.24198/agricore.v7i2.41214>

Mardiyono, A. (2018). Analisis kinerja pemasaran usaha kecil menengah Di Kota Semarang. *Serat Acitya: Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 82–90. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56444/sa.v7i1.701>

Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi,

- Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jeec.v6i2.19297>
- Mou, N. H. (2012). Profitability of Flower Production and Marketing System of Bangladesh. *Bangladesh Journal of Agricultural Research*, 37(1), 77–95.
<https://doi.org/10.3329/bjar.v37i1.11179>
- Naninsih, N. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479–490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- Nasution, A. A. (2016). Analisis Kinerja Pemasaran Pt Alfa Scorpii Medan. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87.
<https://doi.org/10.30596/jrab.v14i1.152>
- Njoroge. (2011). Distribution, production and quality characteristics of tuberose cut flower in Kenya. *J. Hort. Sci*, 5, 26–35.
<https://doi.org/10.6200/jesya.v12.15>
- Nurawaliah, S., Sutrisno, S., & Nurmilah, R. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (Cv. Nj Food Industries). *Jurnal Proaksi*, 7(2), 135–150. <https://doi.org/10.32534/jpk.v7i2.1284>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rahayu, D., MarvelDani, F., & Andini, S. N. (2018). Penggunaan Tiga Ukuran Umbi dan Zat Pengatur Tumbuh (Atonik) Pada Tanaman Sedap Malam (*Polianthes tuberosa* L.). *Agriprima : Journal of Applied Agricultural Sciences*, 2(2), 163–170. <https://doi.org/10.25047/agriprima.v2i2.110>
- Rahmawati, S., Darsono, D., & Setyowati, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- Pangan Olahan di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 325–335. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.02.9>
- Rugayah, R., Hendarto, K., Ginting, Y. C., & Ristiani, R. (2020). Pengaruh Konsentrasi Paklobutrazol Pada Pertumbuhan dan Penampilan Tanaman Sedap Malam (*Polyanthes tuberosa* L.) Dalam pot. *Jurnal Agrotropika*, 19(1), 27–34. <https://doi.org/10.23960/ja.v19i1.4311>
- Rumallang, A., Jumiati, J., Akbar, A., & Nandir, N. (2020). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Agrikultura*, 30(3), 83. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v30i3.23963>
- Saadudin, D., Rusman, Y., & Perdani, C. (2017). Analisis biaya, pendapatan dan R/C usahatani jahe (*Zingiber officinale*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 3(2), 85. <https://doi.org/10.25157/jimag.v3i2.216>
- Savira, J. A. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Skeptisme Profesional Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.435>
- Septiawan, Dini Rochdiani, M. N. Y. (2017). Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan dan, R/C pada Agroindustri Gula Aren. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(3), 360–365. <https://doi.org/10.25157/jimag.v3i3.816>
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Sherlywati, S., Handayani, R., & Harianti, A. (2017). Analisis Perbandingan Kemampuan Kewirausahaan Pengusaha Perempuan dan Laki-Laki: Studi pada UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 155. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.386>

- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>
- Supiani, S., & Sinaini, L. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus UD. Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.33603/jpa.v3i1.3634>
- Tanjung, M. (2018). Mekanisme Anggaran Biaya Pemasaran Terhadap Target Penjualan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(2), 56–68. <https://doi.org/10.36778/jesya.v1i2.13>
- Widayati, K. D. (2018). Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online dan Offline pada PT Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih, Bekasi. *Sekretati Dan Manajemen*, 2(2), 7–9. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4264>
- Winarso, W. (2014). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas (Roa) Pt Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). *Ecodemica*, 2(2), 258–272. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/101/80>
- Zahidah, A. N., Roessali, W., & Setiadi, A. (2020). Analisis Rantai Pasok Bunga Sedap Malam ADi Kecamatan Ambarawa. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2), 215. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i2.18314>



FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Nomor : E.2.g/177/AGRI-FPP/UMM/IX/2023
Lampiran : -
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi



Assalamu'alaikum Wr. Wb.



Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Latifa Nur Aini
NIM : 201910210311154
Judul TA : Analisis Kinerja Pemasaran Sistem Offline dan Kombinasi Offline-Online Bunga Sedap Malam di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	9	10	Sesuai
	Bab II	18	25	Sesuai
	Bab III	32	35	Sesuai
	Bab IV	10	15	Sesuai
	Bab V	0	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	25	25	Sesuai

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tetahu
Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP. 170801011992

Malang, 13 Sptember 2023

Admin Deteksi Plagiasi
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P.
NIP. 20220815031997

Tembusan:

- Dosen Pembimbing 1 dan 2
- Arsip



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id