

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. Saleh S, 2018. Laporan Penelitian: *Studi Kelayakan Pembangunan Pasar Induk Beras (PIB) Lapadde, di Parepare, Sulawesi Selatan*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Azahari, A. (2000). Kemitraan Agribisnis Tiga Tungku. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 186–200.
- Bastian, J. (2015). Analisis Keuntungan Usaha Pada Industri Kopi Tradisional Aceh di Kabupaten Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. *Journal of Economics*, 1–71.
- BPS-Statistics Indonesia. (2017). Kajian Konsumsi Bahan Pokok 2017. In *BPS RI*.
- BPS-Statistics Indonesia. (2018). *Distribusi perdagangan komoditas Beras di Indonesia Tahun 2018*.
- Endah, H. (2016). Implementasi Pola Kemitraan Usaha Tani Sawit Pada PT . Perkebunan Nusantara VII Unit Bekri. *Digilib Universitas Lampung*, 12.
- Hafsah, M. J. (2002). Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi. In *Pustaka Sinar Harapan*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hidayat, Y. R. (2017). Analisis Kemitraan Lembaga Pemasaran Bagi Efektivitas Rantai Pasok Beras di Kabupaten Indramayu. *Daya Saing Berkelanjutan Agribisnis Spesifik Lokal. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pertanian.*, 370. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ismet, M. (2007). TANTANGAN MEWUJUDKAN KEBIJAKAN PANGAN NASIONAL YANG KUAT. *Pangan XVI*, 48.
- Jasuli, A. (2014). Analisis Pola Kemitraan Petani Kapas dengan PT Nusafarm Terhadap Pendapatan Usahatani Kapas di Kabupaten Situbondo. *Repository Universitas Jember*. <https://doi.org/10.1016/j.bbapap.2013.06.007>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Mardianto, S., Supriyatna, Y., & Agustin, N. K. (2016). Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 23(2), 116. <https://doi.org/10.21082/fae.v23n2.2005.116-131>
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*, 103.
- Muhdiar, M., & Halimah, A. S. (2018). Analisis Margin Pemasaran Beras Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 1, 79. <https://doi.org/10.26858/jptp.v1i0.6235>
- Mulyowidakda, H. (2011). Analisis Permintaan Beras di Kabupaten Klaten. *Perpustakaan Uns*.
- Permatasari, M. A. (2017). Analisis Sistem Pengadaan dan Pemasaran Beras pada PT PERTANI Provinsi Lampung. *Digilib Universitas Lampung*.

- Purnaningsih, N. (2007). Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1(3), 393–416. <https://doi.org/10.22500/sodality.v1i3.5899>
- Putri, T. A., Kusnadi, N., & Rachmina, D. (2013). Kinerja Usaha Penggilingan Padi, Studi Kasus Pada Tiga Usaha Penggilingan Padi Di Cianjur, Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 1(2), 143. <https://doi.org/10.29244/jai.2013.1.2.143-154>
- Rochdiani, D., & Suranta, K. J. (2007). Pola kemitraan antara petani padi dengan pt. e-farm bisnis indonesia dalam meningkatkan pendapatan petani padi. *Sosiohumaniora*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.1590/S1517-83822013005000011>
- Rosidah, U. (2018). Analisis Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Perekonomian Peternak Ayam Petelur dalam Perspektif Ekonomi Islam. *IAIN TULUNGAGUNG*.
- Sabir, N. (2012). Analisis kelayakan usaha penggilingan padi skala kecil. *Jurnal*, 2, 1–13.
- Saptana, N., & Saliem, H. P. (2016). Tinjauan Konseptual Makro-Mikro Pemasaran dan Implikasinya bagi Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 33(2), 127. <https://doi.org/10.21082/fae.v33n2.2015.127-148>
- Saragih, A. (2014). *Analisis Sistem Pemasaran Beras Ciherang di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur*.
- Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta: Bandung.
- Sujana, A. S. T. (2012). *Manajemen Minimarket*. Penebar PLUS+. Jakarta: Cetakan ke I.
- Theresia, A dkk. 2014. *Pembangunan Berbasis Masyarakat: Acuan Bagi Praktisi, dan Pemerhati Pengembangan Masyarakat*. Alfabeta: Bandung.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1. Persentase Pengambilan Beras Oleh Pedagang Mitra Maret 2020 hingga Februari 2021, 2021.**

No	Nama	Persentase		Ket.
		Penggilingan UD. Rasul	Penggilingan Lain	
1.	Hj. Anti	50%	50%	Ped. Besar
2.	Bapak Muchsin	30%	70%	Ped. Besar
3.	H. Empo	35%	65%	Ped. Besar
4.	H. Onggeng	70%	30%	Ped. Besar
5.	Mba Iin	100%	0	Ped. Ecer
6.	Dg. Jintu	100%	0	Ped. Ecer

**Lampiran 2. Penyusutan Mesin dan Alat UD. Rasul Maret 2020 hingga Februari 2021, 2021.**

No.	Komponen	Jumlah	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis (Thn)	NPA (Rp)
1.	Bangunan	1	650,000,000	15	43,333,333
2.	Mesin	1	510,000,000	10	51,000,000
3.	Timbangan	2	1,350,000	5	540,000
4.	Gerobak	2	500,000	4	250,000
5.	Mesin Jahit Karung	2	500,000	8	125,000
6.	Mobil Pick Up	2	115,000,000	10	23,000,000
7.	Mobil Box	1	150,000,000	10	15,000,000
<b>Total</b>					<b>133,248,333</b>

**Lampiran 3. Jumlah Produksi Beras UD. Rasul Maret 2020 hingga Februari 2021, 2021.**

<b>Bulan</b>	<b>Pengadaan Gabah (kg)</b>	<b>Produksi Beras (kg)</b>
Maret 2020	200,000	130,000
Aprill 2020	200,000	130,000
Mei 2020	174,000	113,000
Juni 2020	174,000	113,000
Juli 2020	230,000	150,000
Agustus 2020	200,000	130,000
Septemberr 2020	174,000	113,000
Oktober 2020	174,000	113,000
Novemberr 2020	185,000	120,000
Desember 2020	177,000	115,000
Januari 2020	177,000	115,000
Februari 2020	174,000	113,000
<b>Rata-rata</b>	<b>186,583</b>	<b>121,250</b>

**Lampiran 4. Pembelian Beras Mitra dan Non Mitra, 2021.**

No.	Nama	Bulan												Jumlah (Kg)	Rata-rata (kg)	Harga (Rp/Kg)
		Mar 20	Apr 20	Mei 20	Jun 20	Jul 20	Ags 20	Sept 20	Okt 20	Nov 20	Des 20	Jan 21	Feb 21			
<b>Mitra</b>																
1.	Hj. Anti (med 1)*	45,000	33,500	44,000	45,000	45,000	32,500	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	515,000	42,917	8,600
	Hj. Anti (med 2)*	5,000	5,000	5,000	6,000	6,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	62,000	5,167	8,400
2.	Bapak Muhsin*	37,500	50,000	25,000	25,000	38,000	50,000	25,000	25,000	32,000	26,000	25,000	25,000	383,500	31,958	8,600
3.	H. Onggeng (med 1)*	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	240,000	20,000	8,600
4.	H. Onggeng (med 2)*	5,000	5,000	5,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	6,000	5,500	60,500	5,042	8,400
5.	H. Empo (med 2)*	6,000	6,000	5,000	4,000	5,000	6,000	4,000	4,400	4,000	5,000	5,000	4,500	58,900	4,908	8,400
6.	Mba Iin (med 2)**	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000	4,000	8,400
7.	Dg. Jintu**	6,000	6,500	4,400	4,500	6,000	6,000	4,500	4,000	4,500	5,000	5,000	4,000	60,400	5,033	8,600
8.	Pak Wawan	0	0	0	0	20,000	0	0	0	0	0	0	0	20,000		8,300
<b>Non Mitra</b>																
1.	Pak Arif	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	50	8,800
2.	Dg. Lau	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	100	8,800
3.	Pak Akbar	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	100	8,800
4.	Pak Iwan	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	100	8,800
5.	Mas Yanto	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	100	8,800
6.	Pak Taslim	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	50	8,800
7.	Rezki	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	100	8,800

Ket:

\* : Pedagang Besar

\*\* : Pedagang Pengecer

**Lampiran 5. Penjualan Beras UD. Rasul, 2021.**

Jenis Beras	Bulan												Penjualan (Kg)	Harga (Rp)	Jumlah
	Mar 20	Apr 20	Mei 20	Jun 20	Jul 20	Ags 20	Sept 20	Okt 20	Nov 20	Des 20	Jan 21	Feb 21			
Medium 1	108,500	110,000	93,400	94,500	109,000	108,500	94,500	94,000	101,500	96,000	95,000	94,000	1,198,900	8,600	10,310,540,000
Medium 2	20,000	20,000	19,000	18,000	20,000	20,000	18,000	18,400	18,000	19,000	20,000	19,000	229,400	8,400	1,926,960,000
Medium 1 (Non Mitra)	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7,200	8,800	63,360,000
Medium 1 (Mitra)	-	-	-	-	20,000	-	-	-	-	-	-	-	20,000	8,300	166,000,000
													<b>Total</b>		<b>12,466,860,000</b>

**Lampiran 6. Penjualan Produk Samping UD. Rasul, 2021**

Produk Samping	Bulan												Penjualan	Harga	Jumlah (Rp)
	Mar 20	Apr 20	Mei 20	Jun 20	Jul 20	Ags 20	Sept 20	Okt 20	Nov 20	Des 20	Jan 21	Feb 21			
Sekam	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	12,600 Karung	3,000/karung	37,800,000
Dedak	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	72,000 Kg	2,500/Kg	180,000,000
Menir	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	24,000 Kg	3,000/Kg	72,000,000
													<b>Total</b>		<b>289,800,000</b>

**Lampiran 7. Struktur Biaya UD. Rasul Selama Satu Tahun, 2021.**

Komponen	Bulan												Total
	Mar. 20	Apr. 20	Mei 20	Jun. 20	Jul. 20	Agt 20	Sept. 20	Okt. 20	Nov. 20	Des. 20	Jan. 21	Feb. 21	
Penerimaan	1,130,530,000	1,143,430,000	992,270,000	993,330,000	1,300,830,000	1,130,530,000	993,330,000	992,390,000	1,053,530,000	1,014,630,000	1,014,430,000	997,430,000	12,756,660,000
Biaya:													
Biaya Tetap													
1. Pajak	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	8,333	99,996
2. Penyusutan	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	11,104,027.8	133,248,333
Biaya Variabel													
1. Bahan Baku	900,000,000	900,000,000	835,200,000	835,200,000	1,035,000,000	900,000,000	835,200,000	835,200,000	888,000,000	849,600,000	849,600,000	835,200,000	10,498,200,000
2. Tenaga Kerja	25,000,000	24,000,000	22,000,000	25,000,000	25,000,000	24,000,000	26,000,000	26,000,000	25,000,000	25,000,000	24,000,000	23,000,000	294,000,000
3. Bahan Bakar	19,200,000	19,200,000	16,684,800	16,684,800	22,080,000	19,200,000	16,723,200	16,723,200	17,760,000	16,800,000	17,520,000	18,000,000	216,576,000
4. Transportasi	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	38,400,000
5. Listrik	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	4,800,000
6. Perawatan Mesin	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	36,000,000
Total Biaya	961,912,361	960,912,361	891,597,161	894,597,161	1,099,792,361	960,912,361	895,635,561	895,635,561	948,472,361	909,112,361	908,832,361	893,912,361	11,221,324,330
<b>Pendapatan</b>	<b>168,617,639</b>	<b>182,517,639</b>	<b>100,672,839</b>	<b>98,732,839</b>	<b>201,037,639</b>	<b>169,617,639</b>	<b>97,694,439</b>	<b>96,754,439</b>	<b>105,057,639</b>	<b>105,517,639</b>	<b>105,597,639</b>	<b>103,517,639</b>	<b>1,535,335,670</b>
R/C	1.175	1.190	1.113	1.110	1.183	1.177	1.109	1.108	1.111	1.116	1.116	1.116	1.135

### Lampiran 8. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1.	Yayat Rahmat Hidayat (2017)	Analisis Kemitraan Lembaga Pemasaran Bagi Efektivitas Rantai Pasok Beras Di Kabupaten Indramayu	Deskriptif kualitatif  Analisis Stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemitraan lembaga</li> <li>- Perusahaan perdagangan</li> <li>- Koperasi tani</li> <li>- Kelompok tani</li> <li>- Efektivitas Skema Rantai Pasok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada proses rantai pasok, ada tiga aliran yang berjalan, yaitu aliran barang/ produk, aliran uang dan aliran informasi.</li> <li>- Kemitraan yang sudah berjalan adalah kemitraan antara Kelompok tani, Koperasi Tani</li> <li>- Kemitraan yang sudah berjalan adalah kemitraan antara Kelompok tani, Koperasi Tani</li> </ul>
2.	Alexandro Ephannuel Saragih	Analisis Sistem Pemasaran Beras Cihorang Di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur	Kualitatif dan kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Efisiensi</li> <li>- Beras</li> <li>- Farmer's Share</li> <li>- Marjin Pemasaran</li> </ul>	Petani sebaiknya menjadikan kelompok tani atau koperasi tani sebagai bagian dari sistem pemasaran untuk meningkatkan posisi tawar dan mempermudah pemodalannya seperti melalui sistem resi gudang yang berada di Cianjur
3.	Mona Arta Permatasari	Analisis Sistem Pengadaan Dan Pemasaran Beras Pada PT Pertani Provinsi Lampung	kualitatif dan deskriptif kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beras</li> <li>- Distribusi</li> <li>- Marketing</li> <li>- PT. pertani</li> <li>- strategi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem pengadaan beras di PT Pertani Provinsi Lampung yang bermitra dengan agen belum efisien,</li> <li>2. kinerja sistem distribusi beras di PT Pertani sudah cukup memadai sesuai dengan visi perusahaan dan strategi bauran pemasaran yaitu produk berkualitas, harga sesuai, tempat strategis, walaupun belum ditunjang dengan promosi yang baik.</li> <li>3. kredit bermasalah dan strategi pemasaran yang akan datang pada PT Pertani berada pada kuadran I (Growth).</li> </ol>



4.	Dini Rochdiani dan Kenal Junius Suranta	Pola Kemitraan Antara Petani Padi Dengan PT. E-Farm Bisnis Indonesia Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemitraan</li> <li>- Pemasaran</li> <li>- Petani</li> </ul>	Hasil analisis beda rata-rata pendapatan petani padi sebelum dan sesudah melakukan kemitraan dengan PT. EBI, tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan sehingga manfaat ekonomi dari kemitraan ini cenderung belum dapat dirasakan oleh petani. Dipihak lain, manfaat sosial yang diperoleh petani melalui kemitraan ini yaitu rasa aman, keterjaminan pasar, sarana produksi dan difusi teknologi saluran pemasaran pertama, petani menjual gabah ke pedagang pengumpul sebagai kaki tangan pedagang kongsi. Dari pedagang pengumpul, gabah ditampung, dikelompokkan menurut jenis varietas dan disalurkan oleh pedagang kongsi ke pedagang kilang.
5.	Endah Hapsari	Implementasi Pola Kemitraan Usaha Tani Sawit pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Bekri	Deskriptif Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola Kemitraan</li> <li>- Usaha tani</li> <li>- Sawit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementasi pola kemitraan yang terjadi antara pihak PTPN VII dengan petani sawit menunjukkan peran pemerintah Daerah khususnya Dinas Kehutanan dan Perkebunan sebagai regulator, fasilitator dan mediator belum terlihat maksimal dan efektif.</li> <li>- Tujuan program kemitraan antara PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Bekri dan kelompok tani meliputi terciptanya pertumbuhan ekonomi rakyat dengan memperluas kesempatan berusaha di Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) yang ditunjukkan dengan pemberian kesempatan kepada petani yang tidak punya modal untuk usaha membeli bibit sawit diberi pinjaman bibit oleh PTPN VII Unit Bekri.</li> </ul>
6.	Ninuk Purnaningsih	Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan	survei	Kemitraan agribisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola yang diterapkan tergantung pada kebutuhan dan kemampuan masing-masing pelaku, untuk menentukan komponen yang akan dimitrakan. Sumber motivasinya tidak semata-mata keuntungan ekonomi tetapi juga keberlanjutan usaha</li> <li>- Pengembangan kelembagaan di tingkat lokal terutama kelembagaan atas tanah dan kelembagaan penyuluhan merupakan hal yang harus dilakukan sejalan dengan penerapan pola kemitraan.</li> </ul>

7.	Affan Jasuli	Analisis Pola Kemitraan Petani Kapas Dengan Pt Nusafarm Terhadap Pendapatan Usahatani Kapas Di Kabupaten Situbondo	Deskriptif dan analitik  Analisis regresi linear berganda		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola kemitraan antara petani kapas dengan PT Nusafarm di Kabupaten Situbondo adalah pola kemitraan kerjasama operasional agribisnis (KOA). Maka dalam hal ini petani masih merasa dirugikan oleh pihak PT Nusafarm (Win-Lose).</li> <li>- faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap pendapatan usahatani kapas adalah biaya produksi, pendidikan petani, dan luas lahan. Faktor-faktor yang berpengaruh tidak nyata terhadap pendapatan usahatani kapas adalah umur petani dan lama bermitra.</li> </ul>
8.	Tursina Andita Putri	Analisis Kinerja Usaha Penggilingan Padi Studi Kasus pada Tiga Usaha Penggilingan Padi di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat	Multiple case study  Analisis kualitatif dan kuantitatif  Analisis pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja</li> <li>- Usaha penggilingan padi</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha non maklon yang lebih baik daripada usaha maklon dan kombinasi (maklon dan non maklon). Analisis keuangan menunjukkan bahwa tiga jenis usaha penggilingan padi menguntungkan. Maklon lebih efisien dari kedua usaha lainnya karena produk usaha adalah jasa sehingga tidak terpengaruh oleh kebijakan harga.

## **Lampiran 9. Pedoman Wawancara**

### **Pedoman Wawancara**

Daftar pertanyaan berikut ini ditujukan dalam rangka untuk mencari data penelitian tentang “Analisis Kemitraan Usaha Penggilingan Padi UD. Rasul dengan Lembaga Pemasaran”. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan ini nantinya akan dijadikan data untuk melakukan analisis terhadap masalah penelitian. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan sebagai berikut:

#### **A. Identitas Informan**

1. Nama :
2. Umur :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Tanggungan Keluarga :

#### **B. Daftar Pertanyaan**

##### **Pemilik Penggilingan**

1. Berapa lama anda menjalankan usaha penggilingan?
2. Berapa luas bangunan yang anda miliki?
3. Dari mana anda mengambil gabah?
4. Berapa banyak gabah yang biasa anda beli? Perhari/perbulan?
5. Dari mana kah anda mendapatkan gabah?
6. (jika ada) Bagaimana penentuan harga gabah pada pedagang pengumpul?
7. Bagaimana proses pengerjaan gabah tersebut hingga menjadi beras dan siap di pasarkan?
8. Siapa saja kah yang terlibat dalam proses tersebut?
9. Kepada siapa anda memasarkan beras tersebut?
10. Bagaimana sistem pembelian/pengambilan beras oleh pemasar?

11. Apakah dengan menjadi pemasar anda, terdapat kontrak kerjasama?
12. Apa saja syarat untuk bermitra dengan usaha penggilingan anda?
13. Bagaimana sistem bermitra anda dengan para pemasar?
14. Berapa lama anda bermitra dengan pemasar anda?
15. Apakah dengan adanya kemitraan ini, anda menerapkan prinsip saling memerlukan?
16. Apakah dengan bermitra ini, anda mendapat keuntungan dengan pedagang mitra?
17. Apakah ada perubahan sebelum dan sesudah bermitra? (dalam keuntungan)
18. Apa kendala anda selama bermitra dengan para pemasar?
19. Biaya apa saja yang dikeluarkan setiap hari/minggu/bulan/tahun?

PBB

Listrik

Bahan bakar

Upah Karyawan

Biaya perbaikan

Biaya operasional

20. Apa saja alat-alat yang dimiliki UD. Rasul?

### **Pedagang Beras**

1. Berapa lama usaha ini berjalan?
2. Berapa banyak beras yang dipasok? (dalam seminggu/sehari)
3. Berapa banyak beras yang biasa anda jual? (dalam seminggu/sehari)
4. Beras apakah yang anda pasok dari penggilingan UD. Rasul?
5. Berapa lama anda bermitra dengan UD. Rasul?
6. Apakah ada kontrak perjanjian tertulis selama anda bermitra?
7. Saat menerima beras dari UD. Rasul, aktivitas apa saja yang dilakukan?
8. Apakah ada potongan harga yang anda dapatkan selama bermitra?
9. Bagaimana proses kemitraan anda dengan usaha penggilingan UD. Rasul dan keuntungan apa yang anda dapatkan?

10. Apakah ada syarat yang perlu anda penuhi dalam bermitra?
11. Apa saja yang menjadi hak dan kewajiban anda selama bermitra dengan usaha penggilingan UD. Rasul?
12. Apakah manfaat yang anda rasakan selama bermitra dengan penggilingan UD. Rasul?

**\*Pertanyaan akan dikembangkan pada saat wawancara berlangsung\***

**TERIMA KASIH**

**Lampiran 10. Dokumentasi**

