

ANALISIS PEMASARAN TAPE SINGKONG DI KECAMATAN BINAKAL KABUPATEN BONDOWOSO

ANALYSIS OF CASSAVA TAPE MARKETING IN BONDOWOSO DISTRICT BINAKAL SUB-DISTRICT

Faidatur Rizki Kurniawan¹, Saptya Prawitasari² & Syamsul Hadi²

¹Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: faidaturrizki824@gmail.com

ABSTRAK

Tape merupakan makanan khas Kabupaten Bondowoso maka dari itu Bondowoso di sebut kota Tape karena rasa tapenya yang khas, manis dan tidak berserat. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis saluran pemasaran; (2) menganalisis margin pemasaran; dan (3) menganalisis efisiensi pemasaran. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan analitik bertujuan untuk membuat pecandraan secara sistematis, fatual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang terjadi pada produsen tape singkong dan lembaga pemasaran. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat dua pola saluran pemasaran tape singkong di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso yaitu: (a) saluran pemasaran 1 satu tingkat: produsen-pedagang pengecer-konsumen, (b) saluran pemasaran 2 dua tingkat: produsen-pedagang pengepul-pedagang pengecer-konsumen; (2) margin saluran pemasaran 1 tingkat sebesar Rp 4.000/kg dengan distribusi untuk share keuntungan 75% dan biaya 25%. Margin saluran pemasaran 2 tingkat sebesar Rp 7.000/kg dengan distribusi untuk share keuntungan 84,29% dan biaya 15,71%; (3) saluran pemasaran I lebih efisien dengan nilai *farmer's share* sebesar 66,67% sedangkan pada pola saluran pemasaran II dengan nilai *farmer's share* sebesar 53,33%.

Kata kunci: efisiensi pemasaran, margin pemasaran, saluran pemasaran, tape singkong

ABSTRACT

Tape is a typical food of the Regency of Bondowoso and therefore Bondowoso is called the city of Tape because of its distinctive, sweet and non-fiber-tasting taste. This study aims to: (1) analyze marketing channels; (2) analyzing marketing margins; and (3) analyzing marketing efficiency. The location of the study was conducted in Binakal District, Bondowoso Regency. The method used is descriptive and analytic aims to make pecandraan systematically, fatally and accurately about the facts and properties that occur in cassava tape producers and marketing institutions. Data analysis methods used are marketing channel analysis, marketing margins and marketing efficiency. The results showed that: (1) there are two patterns of cassava tape marketing channels in Binakal District, Bondowoso Regency, namely: (a) marketing channels 1 one level: producer-retailer-consumer merchant, (b) two-level marketing channel 2: producer-trader collectors-retailers-consumer traders; (2) 1 level marketing channel margin of Rp 4,000 / kg with distribution for 75% profit share and 25% cost. 2 level marketing channel margin of IDR 7,000 / kg with distribution to share profit of 84.29% and costs of 15.71%; (3) marketing channel I is more efficient with a farmer's share value of 66.67% while in the marketing channel pattern II with a farmer's share value of 53.33%.

Keywords: marketing efficiency, marketing margins, marketing channels, cassava tape

Pendahuluan

Kabupaten Bondowoso memiliki lahan pertanian cukup luas sehingga sektor pertanian merupakan sektor ekonomi basis di Kabupaten Bondowoso. Daerah subur di tanah lembah pegunungan Kabupaten Bondowoso cocok

ditanami padi atau palawija, termasuk singkong yang digunakan sebagai bahan baku utama tape yang menjadi makanan khas Kabupaten Bondowoso. Kabupaten Bondowoso memiliki lahan pertanian cukup luas sehingga sektor pertanian merupakan sektor ekonomi basis

Kabupaten Bondowoso. Ditinjau dari seluruh luas wilayah, 90,08% lahan di Kabupaten Bondowoso digunakan untuk pertanian yaitu persawahan, tanah kering, perkebunan, kehutanan, dan rawa. Sebagian lain digunakan untuk pemukiman, industri, padang rumput, pertambangan, lahan sementara yang tidak digunakan, dan lainnya. Usaha pertanian di Kabupaten Bondowoso antara lain: padi, jagung, kedelai, rempah-rempah, tanaman hortikultura dan singkong. Tanah di Kabupaten Bondowoso adalah areal kehutanan dengan persentase 35,77%, tegalan dengan persentase 27,66% dari luas wilayah Kabupaten Bondowoso. Lahan tegalan lebih banyak diusahakan untuk penanaman singkong yang merupakan bahan baku tape. Areal singkong di Kabupaten Bondowoso tersebar di 21 kecamatan dari 23 kecamatan dengan produksi sebesar 121.076,10 ton/tahun (BPS, Kabupaten Bondowoso, 2014).

Perusahaan tape singkong Kabupaten Bondowoso memiliki agen sendiri khususnya di Kecamatan Binakal untuk memasarkan produk mereka. Agen tersebut tersebar di dalam kota seperti di pasar dan beberapa kota di Jawa Timur seperti Situbondo, Jember, Madura, Probolinggo dan Lumajang. Produk mereka juga tersebar di daerah wisata seperti di pasir putih Situbondo.

Perkembangan suatu industri tidak dapat dipisahkan dari beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah tenaga kerja, modal, proses produksi, dan distribusi. Modal awal oleh para produsen tape tahun 1960 yang baru memulai usaha adalah modal pribadi berupa bahan baku dan peralatan membuat tape seperti pisau, dandang, ragi, daun, kayu, dan lain-lain.

Tape Bondowoso masih ada tiga jenis yaitu tape yang dibungkus dengan daun pisang, tape besek dan tape keranjang. Tape besek dijual di toko-toko atau kios-kios sedangkan tape keranjang dijual di pasar dengan eceran yang dikemas dengan kantong plastik. Pola distribusi berkaitan dengan lembaga-lembaga pemasaran yang merupakan perseorangan atau perusahaan yang bekerja untuk mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen akhir, dimana dalam pengangkutan tape singkong ini para pengusaha/industry menggunakan pik up biasanya untuk di angkut ke pasar, toko-toko pusat oleh-oleh ataupun juga mengirim ke luar kota Bondowoso.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *deskriptif*, bertujuan untuk membuat pecanderaan secara sistematis, fatual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang terjadi pada produsen tape singkong dan pada

lembaga pemasaran tape singkong yang ada di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso. Menurut Suryabrata. S. (1983), penelitian *deskriptif* itu adalah akumulasi data dasar dalam cara *deskriptif* semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling berhubungan, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi..

Penentuan Lokasi

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso, dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Binakal memiliki jumlah industri tape singkong yang besar. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di Desa Sumber Tengah dan Jeruk Sok Sok. Waktu penelitian mengenai usaha tape singkong dilaksanakan pada Bulan Juni-Agustus 2018

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel produsen dilakukan secara purposive sampling sebanyak dua puluh lima produsen 50% dari populasi yang ada dimana masing-masing desa sampel akan diambil secara proporsional.

Untuk menentukan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dan konsumen akhir ditentukan secukupnya sesuai kebutuhan. Teknik pengambilan sampel lembaga pemasaran dan konsumen akhirnya dilakukan dengan teknik snowball sampling (Bola Salju). Menurut Setriono dan Hanafie (2007), snowball sampling adalah suatu penarikan sampel dengan metode bola salju, artinya sampel pertama menentukan sampel kedua, selanjutnya sampel yang kedua menentukan sampel tiga dan seterusnya.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada produsen tape singkong, lembaga-lembaga pemasaran dan konsumen akhir dengan berpedoman kepada daftar pertanyaan yang sudah di siapkan.

Data primer yang diperoleh dari produsen tape singkong adalah mengenai jumlah produksi, biaya produksi, bahan baku, dan upah tenaga kerja dan lain sebagainya, sementara data primer yang diperoleh dari lembaga pemasaran mencakup biaya pemasaran yang harus dikeluarkan, harga beli, harga jual dan lain sebagainya.

Data sekunder meliputi informasi mengenai keadaan umum wilayah penelitian, letak geografis dan informasi lainnya yang berkaitan dengan tape singkong. Data sekunder ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso dan Dinas Koperasi,

Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso, tinjauan pustaka atau berbagai macam literatur pendukung penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Metode Analisis data

1. Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran berfungsi untuk mengidentifikasi saluran pemasaran tape singkong di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso mulai dari petani produsen hingga ke konsumen akhir. Kegiatan analisis saluran pemasaran dapat dilakukan dengan cara mengamati lembaga pemasaran yang berperan dalam pendistribusian produk. Dari hasil analisis saluran pemasaran akan diperoleh data jumlah saluran pemasaran, panjang pendeknya saluran pemasaran, dan lembaga pemasaran yang berperan dalam mendistribusikan produk hingga ke konsumen akhir.

2. Margin Pemasaran

Margin Pemasaran Menurut Sudiyono (2002), Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Untuk menghitung Margin Pemasaran, digunakan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga jual tape singkong di tingkat pedagang pengecer (Rp)

Pf : Harga jual tape singkong di tingkat produsen (Rp)

Menghitung share pada margin pemasaran dalam melaksanakan harga pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah :

Share keuntungan (Skj) : $[\pi_{ij} : (Pr - Pf)] \times 100\%$ dimana

$$\pi_{ij} : (H_{jj} - H_{bj} - cij)$$

Share biaya (Sbij) : $[cij : (Pr - Pf)] \times 100\%$ dimana

$$cij : (H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij})$$

Keterangan :

Skj : Share keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Sbij : Share biaya lembaga pemasaran ke-j
: Keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Cij : Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-j

Pr : Harga jual Tape singkong ditingkat pedagang pengecer

Pf : Harga jual Tape singkong ditingkat produsen

H_{jj} : Harga jual Tape singkong lembaga pemasaran ke-j

H_{bj} : Harga beli Tape singkong lembaga pemasaran ke-j

3. Efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari nilai margin pemasaran dan nilai *farmer's share*. Efisiensi pemasaran merupakan tolak ukur atas produktivitas proses tataniaga dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran. Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga pemasaran. *Farmer's share* merupakan bagian yang diterima petani dari suatu kegiatan pemasaran dengan membandingkan harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Adapun rumusan perhitungannya *farmer's share* adalah sebagai berikut:

$$F's = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

F's = *farmer's share*

P_f = harga pada tingkat produsen

P_r = harga pada tingkat konsumen

- Jika *farmer's share* < 50% maka pemasaran tape singkong berjalan tidak efisien
- Jika *farmer's share* ≥ 50% maka pemasaran tape singkong berjalan efisien..

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Margin Pemasaran Tape Singkong Pada Masing-masing Saluran Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima oleh Produsen tape singkong dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin pemasaran suatu komoditas terdiri dari biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran serta keuntungan yang didapatkan oleh produsen tape dan lembaga pemasaran.

Pada Tabel 1 didapat nilai margin pemasaran satu tingkat yaitu sebesar Rp. 4.000/kg nilai *share* merupakan bagian harga yang diterima dan yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran. Rata-rata bagian harga yang diterima oleh produsen tape singkong yaitu sebesar Rp. 8.000/kg atau 66,67% dari harga yang diterima konsumen.

Bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 3.000/kg atau 25,00%. Sedangkan biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya pengemasan. sebesar Rp 1.000/kg atau 8,33%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa nilai

dari *share* keuntungan pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar 91,67% lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *share* biaya yaitu sebesar 8,33% artinya bahwa pemasaran satu tingkat untuk tape singkong menguntungkan.

Dilihat dari distribusi margin, keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 3.000/kg atau 75,00%. Sedangkan biaya yang dikeluarkan

pedagang pengecer meliputi biaya pengemasan yaitu sebesar Rp 1.000/kg atau 25,00%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *share* keuntungan pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar 75,00% lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *share* biaya yaitu sebesar 25,00% artinya bahwa pemasaran satu tingkat untuk tape singkong menguntungkan.

Tabel 1 Analisis Margin, Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran I

No	Lembaga pemasaran	Rp/Kg	Share (%)		Distribusi Margin (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1	Produsen tape singkong					
	Harga jual	8.000	66,67			
2	Pedagang pengecer					
	Harga beli	8.000				
	Harga jual	12.000				
	Biaya pengemasan	1.000		8,33		25,00
	Keuntungan	3.000	25,00		75,00	
3	Konsumen					
	Harga beli	12.000				
	Margin pemasaran	4.000	91,67	8,33	75,00	25,00

Sumber: Analisis Data Prime, 2019.

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran dua tingkat didapatkan nilai margin pemasaran sebesar Rp. 7.000/kg dari selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen Rp. 15.000/kg dengan harga yang diterima produsen sebesar Rp. 8.000/kg. Nilai *share* merupakan bagian harga yang diterima dan yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran. Rata-rata bagian harga yang diterima oleh produsen yaitu sebesar Rp. 8.000/kg atau 53,33% dari harga yang diterima konsumen.

Keuntungan terbesar yang diterima oleh lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer sebesar Rp. 4.000/kg atau 26,67%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya pengemasan yaitu sebesar Rp 1.000/kg atau 6,67%. Sedangkan keuntungan yang diterima pedagang pengepul yaitu sebesar Rp. 1.900/kg atau 12,67% dengan biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul yaitu biaya pemasaran Rp. 100/kg atau 0,67%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa Share keuntungan

pada pemasaran dua tingkat yaitu sebesar 92,67% lebih besar jika dibandingkan dengan share biaya sebesar 7,33%, artinya pemasaran dua tingkat ini menguntungkan.

Sedangkan dari distribusi margin, keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp 1.900/kg atau 27,14%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul meliputi biaya pemasaran yaitu sebesar Rp. 100/kg atau 1,43%.

Sedangkan nilai distribusi margin, keuntungan yang diterima pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 4.000/kg atau 57,14%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya pengemasan yaitu sebesar Rp 1.000/kg atau 14,29%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa margin keuntungan pada pemasaran dua tingkat yaitu sebesar 84,29% lebih besar jika dibandingkan dengan share biaya sebesar 15,71%, artinya bahwa pemasaran dua tingkat ini menguntungkan.

Tabel 2 Analisis Margin, Keuntungan dan Biaya Pemasaran Pada Saluran II

No	Lembaga peasaran	Rp/Kg	Share (%)		Distribusi Margin (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1	Produsen tape singkong					
	Harga jual	8.000	53,33			
2	Pedagang pengepul					
	Harga Beli	8.000				
	Harga jual	10.000				
	Biaya Pemasaran	100		0,67		1,43
	Keuntungan	1.900	12,67		27,14	
3	Pedagang pengecer					
	Harga beli	10.000				
	Harga jual	15.000				
	Biaya Pengemasan					
	Besek	1.000		6,67		14,29
	Keuntungan	4.000	26,67		57,14	
4	Konsumen					
	Harga beli	15.000				
	Margin pemasaran	7.000	92,67	7,33	84,29	15,71

Sumber: Analisis Data Primer, 2019

2. Efisiensi pemasaran tape singkong pada saluran semasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, margin pemasaran juga sebagai salah satu indikator efisiensi pemasaran dimana semakin tinggi nilai margin pemasaran maka semakin rendah *farmer's share* yang diterima dalam melaksanakan suatu kegiatan pemasaran. Sedangkan *farmer's share* merupakan bagian yang diterima produsen dari suatu kegiatan pemasaran dengan membandingkan harga yang diterima produsen terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Apabila nilai *farmer's share* >50% maka saluran pemasaran tape singkong dikatakan efisien. Hasil penelitian *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran tape singkong di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 3 didapatkan hasil bahwa *farmer's share* ditingkat produsen saluran pemasaran I adalah sebesar

66,67%, artinya seluruh harga yang dibayar oleh konsumen 66,67% diantaranya dinikmati oleh produsen. Pada saluran pemasaran II *farmer's share* sebesar 53,33%, artinya dari harga yang dibayar oleh konsumen dinikmati oleh produsen sebesar 53,33%. Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yaitu dilihat dari nilai *farmer's share* apabila bagian yang diterima produsen <50% maka saluran pemasaran tape singkong dapat dikatakan tidak efisien dan apabila bagian yang diterima produsen >50% maka saluran pemasaran tape singkong dapat dikatakan efisien. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dilihat dari nilai yang tersaji pada Tabel 6.7 bahwa nilai *farmer's share* >50%, maka saluran pemasaran I dianggap efisien dengan nilai sebesar 66,67% dan saluran pemasaran II dianggap efisien dengan nilai sebesar 53,33%. Dilihat dari Tabel 6.7 efisiensi tertinggi terdapat pada saluran pemasaran I, karena pada saluran pemasaran I pedagang pengecer langsung membeli tape singkong ke produsen langsung

Tabel 3 Farmer's Share Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran Tape singkong di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso

Saluran pemasaran	Harga di tingkat produsen (Rp/kg)	Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)	Margin pemasaran (Rp/kg)	Farmer's Share (%)
Saluran Pemasaran I	8.000	12.000	4.000	66,67
Saluran Pemasaran II	8.000	15.000	7.000	53,33

Sumber: Analisis Data Primer, 2019

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- Terdapat dua pola saluran pemasaran tape singkong di Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso yaitu:
 - Saluran Pemasaran 1 satu tingkat: Produsen–Pedagang pengecer-konsumen.
 - Saluran Pemasaran 2 dua tingkat: Produsen–Pedagang pengepul-Pedagang pengecer-konsumen.
- Margin saluran pemasaran 1 tingkat sebesar Rp 4.000/kg dengan distribusi untuk share keuntungan 75% dan biaya 25%. Margin saluran pemasaran 2 tingkat sebesar Rp 7.000/kg dengan distribusi untuk share keuntungan 84,29% dan biaya 15,71%.
- Saluran pemasaran I lebih efisien dengan nilai *farmer's share* sebesar 66,67% sedangkan pada pola saluran pemasaran II dengan nilai *farmer's share* sebesar 53,33%.

2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat diperoleh beberapa saran yang diperuntukkan kepada berbagai pihak berperan:

- Perlu adanya dukungan dari pemerintah (Perdagangan dan Koperasi) dalam menyediakan pinjaman modal dan subsidi bagi para produsen sehingga memudahkan produsen untuk menjalankan usahanya.
- Produsen berinovasi lagi dalam pengemasan tape singkong seperti (kotak kardus dan mika) dimana harga jual tape akan semakin naik.
- Para pedagang pengecer tentunya harus membuat keputusan yang baik dan tepat dalam menunjukkan usahanya, baik dari segi pemasaran, pemilihan tempat penjualan, memahami keinginan dari konsumen yang berbeda-beda, sehingga menentukan logistic pasar yang direncanakan sehingga mendatangkan pelanggan dan mendapat keuntungan yang sesuai. Misalkan:

membuka gerai produk tape, mengikuti pameran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Muani A, Suyatno A. 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas. *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian1(1):22-31*.
- Arofah, S. 2014. *Analisis Pemasaran Buah Naga di Kabupaten Jember*. Skripsi Fakultas Pertanian: Universitas Muhammadiyah Jember. Jember.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- BPS Kabupaten Bondowoso. 2014. *Bondowoso Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso. Bondowoso.
- Cristoporos, Sulaeman. 2009. Analisis Produksi dan Pemasaran Jagung di Desa Labuan Toposo Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala. *Jurnal Agroland16(12):141-147*.
- Dahl D.C., Hammond J.W.1977. *Market and Price Analysis*. The Agricultural Industries. Mc.Graw. Hill Book Company, Inc. New York.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Penerbit PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Febriani, I. 2011. Analisis Efisiensi Tataniaga Terung (*Solanium melongena*) di Kecamatan Kuranji Kota Padang [skripsi]. Universitas Andalas. Padang.
- Hanafiah A.M, A.M. Saefudin. *Tataniaga Hasil Perikanan*. 1983. UI Press.Jakarta.

- Hapsary I. 2014. Efisiensi Pemasaran Wortel Organik Di Desa Sukagalih Kecamatan Megamendung [skripsi]: Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Jumiati E, Darwanto DH, Hartono S, Masyuhri. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor* 12(1):1-10.
- Kohls RL, Uhl JN. 2002. *Marketing of Agricultural Product Ninth Edition*.: Prentice-Hall Inc.
- Limbong W.H, Sitorus P. 1987. Bahan Kuliah Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu – Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Mukson, S. Marzuki, P. I. Sai, dan H. Setiyawan. 2008. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Potensi Pengembangan Ternak Sapi Potong Rakyat di Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. *J. Indon. Trop.Anim. Agric.* 33 (4) : 305-312.
- Nurlaila, S. 2009. *Analisis Marjin Pemasaran Ubi Kayu (Manihot utilisima) (Studi Khusus di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri)*. [skripsi]. Surakarta.
- Ode F.S. 2012. Analisis Tataniaga Kelinci Pada Kampung Kelinci Desa Gunung Mulya Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor. [Skripsi]. Bogor: Program Sarjana Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Prayoga, A, Sugiyanto dan Sutjitro. 1960-2014 Dinamika Agroindustri Tape Kabupaten Bondowoso Tahun 1960-2014.
- Purnomo. 2009. Strategi Pemasaran Produk Wisata Minat Khusus Goa Cerme, Imogiri, Bantul. *Jurnal Karisma* 3(2):99-112.
- Puspitasari E.Y. 2010. Analisis Efisiensi Tataniaga Pada Kelompok Usaha Budidaya Ikan Lele Sangkuriang di Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. [Skripsi]. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rachmawati R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2):143-150.
- Rahmawati, A. 2013. Analisis Efisiensi Pemasaran Nenas Studi Kasus di Desa Cipelang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. [Skripsi]. Bogor: Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Safitri, B. 2009. Analisis Tataniaga Telur Ayam Kampung (Studi Kasus: Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat) (Skripsi). Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Setiorini, F. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. [Skripsi]. Bogor: Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan - Kelautan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sililahi, Y. 2015. Analisis Pemasaran Ubi Jalar (Studi Kasus: Kelompok Tani Hurip, Desa Cikarang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Suherman T, Fauziyah E, Hasan F. 2011. Analisis Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus Desa Kertasada, Kecamatan Kaliangget, Kabupaten Sumenep). *Jurnal Embryo* 8(2):73-81.
- Suherty, L. 2009. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk (Studi Kasus di Desa Karang Dukuh, Kecamatan Belawang Barito Kuala, Kalimantan Selatan). *Jurnal Agritek* 17(6):1049-1064.
- Tarigan JF. 2014. Analisis Tataniaga Ayam Broiler Di Kecamatan Parung Kabupaten Bogor Jawa Barat [skripsi]. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Tety, E. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh*

*Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar.
Pekbis Jurnal 5(1):14-15.*

Yuprin. 2009. Analisis Pemasaran Karet di
Kabupaten Kapuas. *Jurnal Wacana*
12(3):7-24.

