

Artikel penelitian

## Persepsi Petani Terhadap Saluran Pemasaran Jambu Mete Di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan

Ulimaa, Wa Embe<sup>a\*</sup>

<sup>a</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari

### Abstract

This research was conducted in North Wawonii District, Konawe Islands Regency in January-February 2020. The aim of this study was to determine farmers' perceptions of cashew marketing channels in North Wawonii District, Konawe Islands Regency. The population in this study are farmers who cultivate cashew, totaling 320 people. The size of the sample is determined based on the slovin formula so that a sample of 39 people is obtained. Farmers' perceptions of each marketing channel are: Perceptions of the cashew price aspect for channel 1 disagree (TS), while for channel 2 strongly agree (SS), perceptions of the aspect of ease of reaching marketing channel channel 1 strongly agree (SS), while for channel 2 do not agree (TS), the perception of the capacity aspect for channel 1, farmers disagree (TS), while channel 2 strongly agree (SS).

Keywords: Cashew, Perception, Marketing Channels, North Wawnii, Konawe Islands

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan pada bulan Januari-Februari 2020. Bertujuan untuk mengetahui persepsi petani terhadap saluran pemasaran jambu mete di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan. Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang berusahattani jambu mete yang berjumlah 320 orang. Besarnya jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin sehingga diperoleh sampel berjumlah 39 orang. Persepsi petani terhadap masing-masing saluran pemasaran adalah : Persepsi terhadap aspek harga jambu mete untuk saluran 1 tidak setuju (TS), sedangkan untuk saluran 2 sangat setuju (SS), persepsi terhadap aspek kemudahan menjangkau saluran pemasaran saluran1 sangat setuju (SS), sedangkan untuk saluran 2 tidak setuju (TS), persepsi terhadap aspek daya tamping untuk saluran 1 petani menyatakan tidak setuju (TS), sedangkan saluran 2 sangat setuju (SS).

Kata kunci: Jambu Mete, Persepsi, Saluran Pemasaran, Wawonii Utara, Konawe Kepulauan

\*Korespondensi:

Wa Embe

Program Studi Agribisnis,

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Kendari

Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 10 Kel.

Wawowanggu Kota Kendari

✉ waembe@umkendari.ac.id

Situs artikel

Ulimati, Wa Embe (2022). Partisipasi  
Persepsi Petani Terhadap Saluran  
Pemasaran Jambu Mete Di  
Kecamatan Wawonii Utara  
Kabupaten Konawe Kepulauan.  
Agrisurya, Vol 1 (2), 35-44.

DOI:

<https://doi.org/10.51454/agrisurya.v1i2.107>

## I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian. Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian Nasional, hal ini terlihat dari banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang bekerja di sektor tersebut. Tujuan pembangunan pertanian adalah untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, pendapatan petani, memperluas lahan dan mendorong pemetaan berusaha. Seiring dengan meningkatnya pembangunan nasional, meningkat sumberdaya alam yang besar pada sektor pertanian, maka dimasa mendatang sektor ini merupakan sektor penting dalam memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional.

Kesejahteraan petani dan pendapatan merupakan dua hal yang selalu beriringan dan saling terkait satu sama lain. Sehingga dengan adanya peningkatan pendapatan petani berpengaruh pula dalam peningkatan kesejahteraan petani. Pendapatan petani dapat ditingkatkan melalui produktivitas usaha dan intensitas tanaman yang disertai peningkatan akses petani ke pasar input dan output yang efisien (Wijayanti, 2012)

Peran serta pemerintah dan upaya meningkatkan produktivitas petani juga dilakukan dengan mengadakan pembangunan dalam sektor pertanian. Pembangunan merupakan sebuah proses multidimensional yang melibatkan perubahan-perubahan besar dalam struktur sosial, sikap mental, dan kelembagaan Nasional yang berakselerasi dalam pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pengurangan pengangguran dan pemberantasan kemiskinan absolute dengan memperlihatkan kelestarian lingkungan (Wijayanti, 2012).

Pengembangan komoditas pertanian khususnya perkebunan di Sulawesi Tenggara memiliki kekhassan spesifik yang berbasis pada kekhassan sumberdaya yang tersedia. Dengan luas lahan jambu mete sebesar 119.659 ha, yang terbesar diseluruh Kabupaten atau kota di daerah itu. Yang menjadi sentra produksi jambu mete adalah Kabupaten Bombana, Kabupaten Muna, Kabupaten Kolaka dan Kabupaten Buton. Produktivitas petani terhadap tanaman jambu mete yang merupakan salah satu komoditas andalan di daerah tersebut mencapai 356 kg/ha. Dan produksi jambu mete yang dihasilkan petani di Sulawesi Tenggara dalam setahun bisa mencapai 400 ribu ton. (BPS, 2019)

Kegiatan pemasaran perlu di dorong dan diperhatikan faktor penunjang, seperti pelaku pasar, dalam hal ini pedagang yang bergerak di bidang pemasaran komoditi karena posisinya sebagai pembeli dan penyalur yang akan menentukan kekuatan di pasar dalam kaitannya dengan penentuan harga, jika harga baik atau wajar maka petani sebagai produsen akan berusaha meningkatkan produksinya. Produksi yang dihasilkan dapat tersalur ke pasar secara efisien sehingga harga yang di terima produsen dari seluruh harga yang di bayarkan konsumen akan lebih besar jika ada perhatian lebih serius terhadap aspek pemasaran

Petani jambu mete Kecamatan Wawonii Utara memasarkan hasil usahatannya melalui beberapa saluran pemasaran sesuai pilihannya misalnya dipasarkan ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer, ataupun pedagang besar. Bila produksi tersedia cukup banyak petani akan lebih untung apabila menjual langsung ke pedagang besar untuk memperoleh harga yang layak. Sebaliknya jika jumlah produksi sedikit, maka akan menguntungkan bagi petani bila menjual pada pedagang pengumpul atau lokal. Adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pengelolaan, maka petani belum mampu memperhitungkan hal-hal seperti volume produksi, lokasi pemasaran, biaya pengangkutan dan saluran pemasaran. Akibatnya harga yang diterima sangat dirasakan oleh petani sering tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Salah satu faktor yang menentukan dipilihnya salah satu saluran pemasaran jambu mete yang ada oleh petani adalah persepsi atau tanggapan petani terhadap kegiatan saluran pemasaran tersebut. Persepsi mempunyai arti yang sangat penting serta pemahaman mendalam yang mempunyai kedudukan kuat dalam diri petani, sebab persepsi bersifat pribadi dan subyektif. Data dan informasi mengenai persepsi petani tentang saluran pemasaran jambu mete yang ada di wilayah penelitian sangat penting dalam rangka membuat pemilihan saluran pemasaran yang tepat.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Petani Terhadap Saluran Pemasaran Jambu Mete Di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan”.

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan pada bulan

Januari – Februari 2020. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Wawonii Utara cukup potensial untuk pengembangan tanaman jambu mete serta di wilayah tersebut terdapat beberapa saluran pemasaran jambu mete yang dapat dipilih oleh petani.

## 2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang mengusahakan tanaman jambu mete serta memasarkan hasilnya pada saluran pemasaran yang ada, yang berjumlah 320 orang. Sampel dipilih secara acak sederhana (*simple random sampling*), jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin pada nilai presisi (ketelitian) 15% dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- d = Nilai presisi (Ketelitian) (Usman Rianse, 2008)

Dari rumus tersebut jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 39 orang dari jumlah populasi 320 .

## 2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada petani dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner).

### 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari kantor Kecamatan Wawonii Utara dan Intansi yang terkait serta literatur yang menunjang.

## 2.4 Variabel Yang Diamati

Adapun variabel yang akan diamati dalam penelitian ini adalah :

1. Identitas responden: umur, pendidikan terakhir, jumlah tanggungan keluarga.
2. Persepsi responden terhadap saluran pemasaran jambu mete yang meliputi persepsi tentang : saluran pemasaran, harga jambu mete, kemudahan menjangkau saluran pemasaran, dapat menampung produksi petani.

## 2.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis secara kualitatif maupun secara kuantitatif yang diolah dalam bentuk tabulasi sesuai dengan kebutuhan, kemudian hasilnya dinilai dalam bentuk persentase dari tiap variabel yang diamati.

Perhitungan skor persepsi akhir dilakukan dengan meratakan skor setiap aspek persepsi yaitu aspek tentang saluran pemasaran, harga jambu mete, kemudahan menjangkau saluran pemasaran, dapat menampung produksi petani . Nilai dari setiap variabel pernyataan adalah 1 hingga 5. Pernyataan sangat tidak setuju diberi skor 1, pernyataan tidak setuju diberi skor 2, pernyataan kurang setuju diberi skor 3, pernyataan setuju diberi skor 4, dan pernyataan sangat setuju diberi skor 5. Penentuan tentang rentang skala untuk menentukan tingkatan persepsi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut (Agustian 2011)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Persepsi Petani Terhadap Saluran Pemasaran Jambu Mete

Berdasarkan penelitian dilapangan terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran di Kecamatan Wawonii Utara yaitu petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Adapun saluran pemasarannya yaitu sebagai berikut:

1. Saluran 1: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar
2. Saluran 2: Petani → Pedagang Besar

Pada observasi dan penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dan setelah melakukan wawancara dengan petani responden, maka diperoleh gambaran persepsi petani terhadap saluran pemasaran jambu mete yang ada di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe kepulauan. Gambaran tentang persepsi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Aspek Harga Jambu Mete

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi petani tentang harga yang ditetapkan saluran pemasaran jambu mete cukup bervariasi. Ada yang mengatakan harga jambu mete pada saluran pemasaran 1 rendah dan sebagian mengatakan sedang. Harga yang ditetapkan di saluran pemasaran 1 adalah Rp. 14.000, sedangkan di saluran pemasaran 2 adalah Rp. 17.000,

Persepsi petani terhadap harga jambu mete pada saluran pemasaran yang ada di kecamatan

Wawonii Utara untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut :

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran 1 terlihat bahwa 31 atau 79,48% orang responden me

Tabel 1. Persepsi Petani Terhadap Harga Jambu Mete yang tergolong tinggi pada Saluran Pemasaran 1 dan 2 yang ada di Kecamatan Wawonii Utara, Tahun 2020

Persepsi Responden	Saluran 1		No	Saluran 2	
	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1 SS	-	-		12	30,76
2 S	1	2,56		27	69,23
3 KS	7	17,94		-	-
4 TS	31	79,48		-	-
5 STS	-	-		-	-
Jumlah	39	100		39	100

Sumber : data primer setelah diolah, tahun 2020

nyatakan Tidak Setuju (TS), 7 atau 17,94% orang responden menyatakan Kurang Setuju (KS), dan 1 atau 2,56% orang menyatakan Setuju (S) pada pernyataan, harga jambu mete tergolong tinggi. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 terlihat bahwa 27 atau 69,23% orang responden menyatakan Setuju (S), dan 12 atau 30,76% menyatakan Sangat Setuju (SS) pada pernyataan harga jambu mete tergolong tinggi.

b. Aspek Kemudahan Menjangkau Saluran pemasaran

Persepsi petani terkait kemudahan menjangkau saluran pemasaran cukup beragam. Ada petani yang beranggapan bahwa memasarkan produksinya cukup mudah dan sedang. Untuk lebih jelasnya mengenai persepsi petani responden tentang kemudahan memasarkan produksinya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran 1 terlihat bahwa 31 atau 79,48% orang responden menyatakan Setuju (S), 7 atau 17,94% orang responden menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 1 atau 2,56% orang responden menyatakan Kurang

Tabel 2 Persepsi Petani Tentang Kemudahan menjangkau Saluran Pemasaran yang berada di Kec. Wawonii Utara

No	Persepsi Responden	Saluran 1		Saluran 2	
		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	SS	7	17,94	-	-
2	S	31	79,48	1	2,56
3	KS	1	2,56	5	12,82
4	TS	-	-	31	79,48
5	STS	-	-	2	5,12
	Jumlah	39	100	39	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2020

Setuju (KS) pada pernyataan mudahnya menjangkau saluran pemasaran.

Sedangkan pada saluran pemasaran 2 terlihat bahwa 31 atau 79,48% orang responden menyatakan Tidak Setuju (TS), 5 atau 12,82% menyatakan Kurang Setuju (KS), 2 atau 5,12% orang responden menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 1 atau 2,56% orang responden menyatakan Setuju (S) pada

pernyataan mudahnya menjangkau saluran pemasaran yang ada di Kec. Wawonii Utara.

c. Aspek kemampuan Lembaga Pemasaran Menampung Produksi Petani

Hasil penelitian diperoleh data bahwa persepsi petani terkait daya tampung lembaga pemasaran yang ada, di dominasi oleh jawaban "Setuju" dapat menampung semua produksi dan sisanya beranggapan bahwa saluran pemasaran yang ada dapat menampung semua produksi petani. Untuk lebih jelasnya mengenai persepsi petani responden tentang kemampuan Saluran Pemasaran yang ada untuk menampung produksi petani dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran 1 terlihat bahwa 26 atau 66,66% orang responden menyatakan Setuju (S), 10 atau 25,64% orang responden menyatakan Kurang Setuju (KS), dan 3 atau 7,69% orang responden menyatakan Tidak Setuju (TS) pada pernyataan tentang kemampuan saluran pemasaran untuk menampung produksi petani.

Sedangkan pada saluran pemasaran 2 terlihat bahwa 22 atau 56,41% orang responden menyatakan

Tabel 3 Persepsi Petani Tentang Kemampuan Saluran Pemasaran yang ada untuk menampung produksi petani di Kec. Wawonii Utara, Tahun 2020

No	Persepsi Responden	Saluran 1		Saluran 2	
		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (jiwa)	Persen-tase (%)
1	SS	-	-	15	38,46
2	S	26	66,66	22	56,41
3	KS	10	25,64	-	-
4	TS	3	7,69	2	5,12
5	STS	-	-	-	-
Jumlah		39	100	39	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2020

Setuju (S), 15 atau 38,46% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 2 atau 5,12% orang responden menyatakan Tidak Setuju (TS) pada pernyataan tentang kemampuan sauran pemasaran untuk menampung produksi petani di Kec. Wawonii Utara.

#### d. Analisis Parsial

Untuk analisis parsial dilaksanakan melalui tabulasi dari masing-masing aspek yang meliputi persepsi terhadap harga jambu mete, persepsi terhadap

Tabel 4. Frekuensi Jawaban petani responden terhadap saluran pemasaran 1 dan 2 di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan

NO	Indikator Persepsi Petani	Saluran I					Saluran II				
		SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga Mete Tergolong tinggi	1	7	31			12	27			
2	Kemudahan Menjangkau Pemasaran	7	31	1				1	5	31	2
3	Kemampuan Menampung Produksi Petani	26	10	3			15	22		2	
	Jumlah	7	58	18	34		27	50	5	33	2

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2020

kemudahan menjangkau saluran pemasaran, persepsi terhadap daya tampung, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa dari ke tiga indikator dalam koesioner yang di isi oleh 39 responden, pada saluran satu dalam pernyataan harga tergolong tinggi terdapat 32 responden menyatakan tidak setuju (TS), 7 responden menyatakan kurang setuju (KS), dan 1 responden menyatakan setuju (S). Pada pernyataan tentang kemudahan menjangkau saluran pemasaran terdapat 31 responden

menyatakan setuju (S), 7 responden menyatakan sangat setuju (SS), dan 1 responden menyatakan kurang setuju (KS). Dan pada pernyataan tentang kemampuan menampung produksi petani terdapat 26 responden menyatakan setuju (S), 10 responden menyatakan kurang setuju (KS), dan 3 responden menyatakan tidak setuju (TS).

Sedangkan pada saluran dua pada pernyataan harga mete tergolong tinggi terdapat 27 responden menyatakan setuju (S), dan 12 responden menyatakan sangat setuju (SS). Pada pernyataan tentang

kemudahan menjangkau saluran pemasaran terdapat 31 responden menyatakan tidak setuju (TS), 5 responden menyatakan kurang setuju (KS), 2 responden menyatakan sangat tidak setuju (STS), dan 1 responden menyatakan setuju (S). Dan pada pernyataan tentang kemampuan menampung produksi petani terdapat 22 responden menyatakan setuju (S), 15 responden menyatakan sangat setuju (SS), dan 2 responden menyatakan tidak setuju (TS).

Untuk mengetahui tabulasi hasil (skor) pernyataan yang di berikan kepada responden terhadap saluran pemasaran 1 dan 2 lebih lengkapnya berada pada Tabel 5.

Tabel 5. Tabulasi Hasil (Skor) Persepsi Petani Terhadap Saluran Pemasaran Jambu Mete di Kecamatan Wawonii Utara Kabupaten Konawe Kepulauan

No	Atribut	Saluran 1		Saluran 2	
		nilai (skor)	kategori	nilai (skor)	Kategori
1	Harga mete tergolong tinggi	2,25	TS	4,30	SS
2	Kemudahan menjangkau saluran pemasaran	4,15	SS	2,15	TS
3	Kemampuan menampung produksi Petani	2,46	TS	4,35	SS

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2020

termasuk dalam kategori sangat setuju (SS), untuk atribut kemudahan menjangkau saluran pemasaran diperoleh nilai 2,15 yang termasuk dalam kategori tidak setuju (TS), dan pada atribut kemampuan menampung produksi petani di peroleh nilai 4,35 yang termasuk dalam kategori sangat setuju (SS).

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Persepsi petani terhadap aspek saluran pemasaran satu dan dua adalah :

a. Persepsi petani terhadap aspek harga jambu mete tergolong tinggi pada saluran satu menyatakan tidak setuju (TS) dengan nilai 2,25 hal ini di sebabkan oleh adanya monopoli harga yang di lakukan oleh pedagang pengumpul yang membuat harga menjadi rendah. Sedangkan untuk saluran dua dengan aspek yang sama petani menyatakan sangat setuju (SS) dengan nilai 4,30 hal ini disebabkan karena petani langsung menjual hasil usahatannya langsung ke pedagang besar.

b. Persepsi petani terhadap aspek kemudahan menjangkau saluran pemasaran pada saluran satu

Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa secara parsial dari 3 aspek, responden yang mewakili masyarakat Kecamatan Wawonii Utara memiliki persepsi berbeda-beda. Pada saluran satu untuk atribut harga mete tergolong tinggi di peroleh nilai 2,25 yang termasuk dalam kategori tidak setuju (TS), untuk atribut kemudahan menjangkau saluran pemasaran di peroleh nilai 4,15 yang termasuk dalam kategori sangat setuju (SS), dan pada atribut kemampuan menampung produksi petani di peroleh nilai 2,46 yang termasuk dalam kategori tidak setuju (TS).

Sedangkan untuk saluran dua pada atribut harga mete tergolong tinggi di peroleh nilai 4,30 yang

menyatakan sangat setuju (SS) dengan nilai 4,15 hal ini di sebabkan oleh lembaga pemasaran (pedagang pengumpul) yang berada dekat dengan lingkungan petani. Sedangkan untuk saluran dua dengan aspek yang sama petani menyatakan tidak setuju (TS) dengan nilai 2,15 hal ini disebabkan oleh lembaga pemasaran (pedagang besar) berada pada jarak yang jauh.

c. Persepsi petani terhadap aspek kemampuan menampung produksi petani pada saluran satu menyatakan tidak setuju (TS) dengan nilai 2,46 hal ini di sebabkan pedagang pengumpul memiliki keterbatasan tempat sedangkan ia berada pada lingkungan yang dekat dengan petani jambu mete. Sedangkan untuk saluran dua dengan aspek yang sama petani menyatakan sangat setuju (SS) dengan nilai 4,35 hal ini di sebabkan karena pedagang besar memiliki daya tampung cukup besar yang dapat menampung produksi mete petani hingga satu kabupaten atau kota.

## DAFTAR PUSTAKA

Anonim, (2005). *Teknik Budidaya Jambu Mete*. Lokakarya, Bandung.

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2019). *Produksi Mete Sulawesi Tenggara*. Provinsi Sulawesi Tenggara.
- Bimo Walgito (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Budiono(20 02). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. BPFE. Yogyakarta.
- Deddy Mulyana. (2005). *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Fidriany (2012). *Manfaat Jambu Mete*. Lokakarya. Rineka Cipta. Bandung.
- Jalaludin Rakhmat (2011). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Kotler, Philip (2001). *Manajemen pemasaran di Indonesia*: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. SalembaEmpat. Jakarta
- Mankiw, N. Gregory (2006). *Principles of Economics, Edition (Pengantar EkonomiMikro, edisi 3)* Penerjemah, Chriswan Sungkono. Salemba Empat. Jakarta
- Rita Hanafie (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Andi Offset. Yogyakarta
- Sudiyono, Armand (2002). *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Swastha (2003). *Agribisnis (Teorid dan Aplikasi)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Usman Rianse, Abdi. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Teorid dan Aplikasi. Alfabeta. Bandung.
- Vivek,dkk (2012). *Asal Usul Jambu Mete*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wijayanti, (2012). *system pemasaran dalam bisnis second edition*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Waluyo dan Hastuti (2011). *Kamus Terbaru Ekonomi dan Bisnis*. Reality Publisher. Surabaya.