

# Analisis Efisiensi Pemasaran Agribisnis Padi Di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro

Nimas Dyah Rahawati<sup>1)</sup>, Masahid<sup>2)</sup>, Djalal Su'udi<sup>3)</sup>

(Agribisnis/Pertanian, Universitas Bojonegoro)

Email : [nimasdyah19@gmail.com](mailto:nimasdyah19@gmail.com)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dan untuk menganalisis besarnya margin, efisiensi pemasaran dan *farmer's share* petani gabah Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. Metode penelitian ini yaitu menggunakan survey, wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gabah dan analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi operasional melalui margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut. 1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 jenis saluran yaitu : 1) Petani – Penggilingan, 2) Petani – Pedagang Pengumpul – Penggilingan, 3) Petani – Penebas Combi – Penggilingan. 2. Ketiga saluran pemasaran di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro telah efisien, dengan hasil margin yaitu pada saluran pemasaran pertama Rp. 0 dengan tingkat efisiensi 1,22% dan *Farmer's share* 100% karena pada saluran ini petani langsung menjual gabahnya ke penggilingan tanpa perantara, margin untuk saluran kedua yaitu sebesar Rp. 300 dengan tingkat efisiensi 2,32% dan *Farmer's share* 93,02% dan margin untuk saluran ketiga yaitu sebesar Rp. 300 dengan tingkat efisiensi 2% dan *Farmer's share* 94%.

**Kata Kunci** : Saluran pemasaran, *Margin Pemasaran*, Efisiensi Pemasaran, *Farmer's Share*, Desa Kemamang

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan basis dari perekonomian Indonesia. Sektor pertanian dapat diukur berdasarkan proporsi nilai tambahnya dalam membentuk Produk Domestic Bruto (PDB) ataupun pendapatan nasional yang dari tahun menahun semakin mengecil, hal ini bukanlah nilai dan peranan semakin tidak bermakna. Nilai tambah sektor pertanian dari waktu ke waktu selalu meningkat. Seperti saat ini dapat dilihat mayoritas penduduk Indonesia tinggal di pedesaan, sehingga sampai saat ini masih menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pertanian. Kabupaten

Bojonegoro, menjadi salah satu daerah lumbung pangan andalan di provinsi Jawa Timur. Bojonegoro menjadi salah satu kabupaten unggul dalam penghasil beras dan gabah di provinsi Jawa Timur tahun 2016. Kabupaten Bojonegoro masuk lima besar produksi beras/gabah bersama Banyuwangi, Jember, Lamongan dan Ngawi. Pada tahun 2018 Semester I Bojonegoro mempunyai luas lahan panen sebesar 112.445 Ha. Sedangkan di Kecamatan Balen mempunyai luas lahan sekitar 8.159 Ha dengan jumlah produksi 51.819,73 ton. (Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Bojonegoro).

Ada beberapa saluran pemasaran gabah yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. Keadaan saluran pemasaran bermula dari petani menjual gabahnya berupa Gabah Kering Panen (GKP) ke pedagang pengumpul kemudian ke penggilingan padi. Ada juga yang dari petani langsung ke penggilingan padi. Melalui penelitian ini akan terlihat bagaimana proporsi distribusi keuntungan masing-masing lembaga pada setiap saluran pemasaran. Setiap saluran pemasaran memiliki tingkat efisiensi yang berbeda berdasarkan rantai pemasarannya. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis Efisiensi Pemasaran Agribisnis Padi di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dan untuk menganalisis besarnya margin, efisiensi pemasaran dan *farmer's share* petani gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Metode Pengambilan Sampel**

Adapun acuan yang digunakan yaitu pendapat Suhartini Arikunto (2010: 180). Yang mengatakan bahwa untuk populasi yang subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik di ambil semua, sehingga penelitiannya adalah peneliti populasi. Selanjutnya jika subjek lebih dari 100 dapat di ambil antara 10% -15% atau 15% - 25%. Petani padi ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen berjumlah 323 petani jadi untuk menetapkan besar kecilnya jumlah sampel diambil sebanyak 10% dari jumlah keseluruhan yaitu 35 petani, 3 pedagang pengumpul yang membeli GKP di Desa Kemamang, 5 penggilingan yang

menjadi konsumen akhir di saluran pemasaran Desa Kemamang dan 1 penebas combi yang membeli GKP di Desa Kemamang.

### **2. Metode Pengambilan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan menggunakan metode survey melalui observasi dan wawancara langsung dengan petani dan pedagang padi serta menggunakan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

1. Observasi yaitu melakukan kunjungan dan melakukan pengamatan langsung kepada petani dan pedagang padi di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.
2. Wawancara yaitu memberikan beberapa pertanyaan dengan menggunakan bantuan kuesioner kepada para petani dan pedagang padi di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.
3. Studi Pustaka, yaitu berdasarkan buku sebagai literatur dan sebagai landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

Adapun yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari petani dan pedagang padi yang ditetapkan sebagai responden. Data diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung terhadap petani dan pedagang padi serta hasil observasi dengan dibantu / dipandu kuesioner dan hasil ke lokasi.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data yang telah ada dan

yang tersedia. Data ini diperoleh dari literatur-literatur dan instansi-instansi yang terkait dengan penelitian.

### 3. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gabah dan analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi operasional melalui margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan *farmer's share*.

#### A) Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dalam perspektif makro, yaitu menganalisis pemasaran produk mulai dari petani produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Dari perspektif mikro, margin pemasaran merupakan selisih harga jual dengan harga beli. Margin pemasaran yang meningkat, tetapi banyak perlakuan (fungsi-fungsi) yang terjadi dan konsumen puas terhadap produk akhir, menunjukkan kecenderungan sistem pemasaran produk tersebut efisien.

Asmarantaka (2012) dalam Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah, keuntungan yang di dapat di setiap lembaga pemasaran disebut dengan margin pemasaran. Margin pemasaran dapat digunakan sebagai indikator efisien tidaknya suatu pemasaran.

Secara matematis, model yang digunakan untuk mengukur margin pemasaran adalah (Asmarantaka, 2012) :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan: M = Margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat petani

#### B) Analisis Efisiensi Pemasaran

Tingkat efisiensi pemasaran adalah rasio hasil total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan dapat dihitung dengan rumus (Soekartawi, 2002) :

$$EP = \frac{TB}{NP} \times 100\%$$

Dengan kaidah keputusan :

- 0 – 33 % = Efisien
- 34 – 67 % = Kurang Efisien
- 68 – 100 % = Tidak Efisien

#### C) Analisis *Farmer's Share*

*Farmer's share* merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk (Kohls & Uhl, 2002). Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani. Rumus yang digunakan dalam menghitung *farmer's share* adalah :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana :

FS : *Farmer's Share*

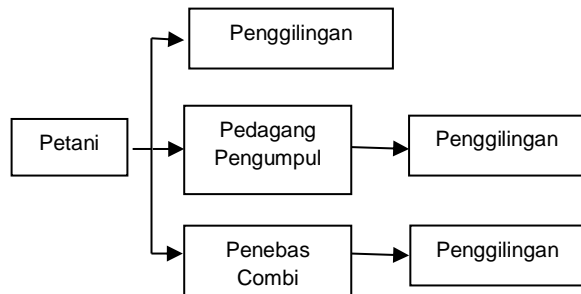
Pf : Harga di tingkat produsen

Pr : Harga di tingkat retail (tingkat konsumen akhir)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Saluran Pemasaran Gabah

Saluran pemasaran adalah organisasi yang saling tercangkup dalam proses dalam membuat produk dan jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Untuk melihat kondisi saluran pemasaran gabah pada garis besarnya terdapat 3 saluran.



Gambar 1 : Saluran Pemasaran Gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 pemasaran yaitu :

1. Petani – Penggilingan
2. Petani – Pedagang Pengumpul – Penggilingan
3. Petani – Penebas Combi – Penggilingan

Saluran pemasaran yang ada yaitu (1) Saluran pemasaran pertama, petani menjual gabah kering panen langsung pada penggilingan untuk dilakukan pengolahan. (2) Saluran pemasaran kedua, petani menjual gabah pada pedagang pengumpul. Setelah dari pedagang pengumpul kemudian dijual ke penggilingan untuk dilakukan pengolahan (3) Saluran pemasaran ketiga, petani menjual gabahnya pada penebas combi, setelah dari penebas combi kemudian dijual ke penggilingan untuk dilakukan pengolahan.

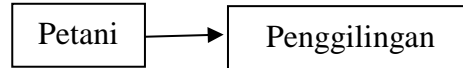
## 2. Komponen Biaya dan Margin Pemasaran

Biaya pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli. Dalam melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran terdapat biaya dan margin pemasaran yang meliputi harga beli dari produsen dan

harga jual untuk konsumen, baik konsumen langsung atau konsumen industri seperti pedagang dari luar daerah.

### 2.1 Saluran Pemasaran I

Adapun harga jual dari tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada gambar 3



Gambar 2 Saluran Pemasaran I

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I petani menjual gabah hasil panen langsung kepada penggilingan tanpa perantara.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran I di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Komponen Biaya, Keuntungan Dan Margin Pemasaran I di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.

No	Lembaga Pemasaran	Saluran I (Rp/Kg)	Presentasi Biaya (%)
1	Petani		
	a) Harga jual gabah	4.100	0
2	Penggilingan		
	a) Harga beli	4.100	0
	b) Biaya bongkat muat	40	80
		10	20
	c) Biaya Transportasi		
	Total biaya	50	100
	Margin	0	0

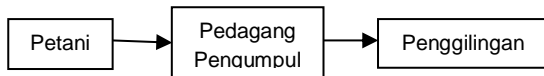
Sumber : data primer diolah, 2020

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran I yaitu pada penggilingan dengan biaya Rp. 50 untuk biaya bongkar muat dan transportasi. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I dapat dihitung berdasarkan pada rumus  $M = Pr - Pf$ . Dimana harga di tingkat petani yaitu sebesar Rp. 4.100.

Pada saluran pemasaran I tidak terdapat margin karena petani langsung menjual gabahnya ke penggilingan.

### 2.2 Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran kedua, petani menjual langsung gabah pada penggilingan yang ada di daerah setempat dan tidak melalui pedagang pengumpul. Adapun harga jual gabah tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Saluran Pemasaran II

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran kedua yaitu petani menjual gabahnya ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 4.000, kemudian dari pedagang pengumpul menjual gabahnya lagi ke penggilingan dengan harga Rp. 4.300.

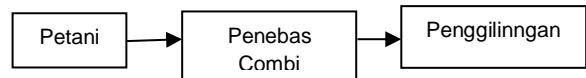
Pada tabel 17 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran II yaitu pada pedagang pengumpul terdapat biaya Rp. 60/kg yang meliputi biaya bongkar muat dan transportasi. Kemudian di penggilingan juga terdapat biaya Rp. 40/kg yang meliputi biaya bongkar muat. Jadi untuk saluran pemasaran II total biaya Rp. 100/kg. Petani menjual gabahnya ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 4.000/kg, kemudian pedagang pengumpul menjual ke penggilingan dengan harga Rp. 4.300/kg. Maka  $M = \text{Rp. } 4.300 - \text{Rp. } 4.000 = \text{Rp. } 300$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran II di Desa Kemamang yaitu Rp. 300/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp. 300. Untuk mengetahuinya dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2 Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran II di Desa

No	Lembaga Pemasaran	Saluran II (Rp/Kg)	Presentasi Biaya (%)
1	Petani		
	a) Harga jual gabah	4.000	0
2	Pedagang Pengumpul		
	a) Harga beli	4.000	0
	b) Biaya bongkar muat	40	66,67
		20	33,33
	c) Biaya transportasi	4.300	
	d) Harga jual		
	Total biaya	60	100,00
	Keuntungan	250	0
	Margin	300	0
3	Penggilingan		
	a) Harga beli	4.300	0
	b) Bongkar muat	40	100,00
	Total biaya	100	100,00
	Total Keuntungan	200	0
	Margin	300	0

Sumber : data primer diolah, 2020

### 2.3 Saluran Pemasaran III



Gambar 4 Saluran Pemasaran III

Dari gambar 4 diatas dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran ketiga, petani menjual langsung gabah pada penebas combi kemudian dijual ke penggilingan sebagai konsumen akhir. Dari petani ke penebas combi dengan harga Rp. 4.700 kemudian dari penebas combi dijual ke penggilingan dengan harga Rp.5.000.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran III di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran III di Desa Kemamang Kecamatan

Balen Kabupaten Bojonegoro  
Tahun 2020.

No	Lembaga Pemasaran	Saluran III (Rp/Kg)	Presentasi Biaya (%)
1	Petani a) Harga jual gabah	4.700	0
2	Penebas Combi a) Harga beli b) Biaya bongkar muat c) Biaya transportasi d) Harga jual	4.700 40 20 5.000	0 66,67 33,33 0
	Total biaya	60	100,00
	Keuntungan	240	0
	Margin	300	0
3	Penggilingan a) Harga beli b) Biaya bongkar muat	5.000 40	0 100,00
	Total biaya	100	100,00
	Keuntungan	200	0
	Margin	300	0

Sumber : data primer diolah, 2020

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran III yaitu pada penebas combi yaitu sebesar Rp. 60/kg yang meliputi biaya bongkar muat dan transportasi, kemudian pada penggilingan yaitu Rp. 40/kg yang meliputi biaya bongkar muat. Penggilingan sebagai konsumen akhir dengan harga beli dari pedagang pengumpul Rp. 5.000. Maka  $M = Rp. 5.000 - Rp. 4.700 = Rp. 300$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan pada saluran pemasaran III di Desa Kemamang yaitu Rp. 300/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp. 300/kg.

#### 2.4 Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran dari awal sampai akhir, maka menggunakan rumus sebagai berikut :

$$EP = \frac{TB}{NP} \times 100\%$$

Semakin kecil persentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Kegiatan pemasaran akan efisien apabila  $TB < NP$ , sebaliknya, apabila  $TB > NP$  maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien.

Adapun tingkat efisiensi pada 3 saluran pemasaran gabah yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Efisiensi Saluran Pemasaran Gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro Tahun 2020.

No	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)	Total Margin (Rp)
1	I	50	4.100	1,22	0
2	II	100	4.300	2,32	300
3	III	100	5.000	2,00	300

Sumber : data primer diolah, 2020

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa ketiga saluran pemasaran telah efisien karena sudah sesuai kaidah efisiensi pemasaran yaitu 0 – 33 % menunjukkan bahwa pemasaran tersebut efisien. Dimana pada saluran pemasaran I tingkat efisiensi sebesar 1,22%, saluran pemasaran II tingkat efisiensi sebesar 2,32% dan pada saluran pemasaran III tingkat efisiensi sebesar 2,00%.

#### 2.5 Farmer's Share

*Farmer's share* merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk (Kohls & Uhl, 2002). Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani. Rumus yang digunakan dalam menghitung *farmer's share* adalah :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana :

FS : *Farmer's Share*

Pf : Harga di tingkat produsen

Pr : Harga di tingkat retail (tingkat konsumen akhir)

Dari ketiga saluran pemasaran mempunyai nilai *farmer's share* yang tinggi diantaranya pada saluran pemasaran I *farmer's share* yang di dapatkan sebesar 100% karena pada saluran ini petani langsung menjual kepada penggilingan, pada saluran II *farmer's share* yang di dapatkan sebesar 93,02% dan pada saluran III *farmer's share* yang di dapatkan sebesar 94,00%. Untuk mengetahuinya dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini

Adapun *farmer's share* pada 3 saluran pemasaran gabah yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 *Farmer's share* Saluran Pemasaran Gabah di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro Tahun 2020.

No	Saluran Pemasaran	Pf (Rp/kg)	Pr (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)
1	I	4.100	4.100	100,00
2	II	4.000	4.300	93,02
3	III	4.700	5.000	94,00

Sumber : data primer diolah, 2020

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut.

- 1) Saluran pemasaran yang ada di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro terdapat 3 jenis saluran yaitu : 1) Petani – Penggilingan, 2) Petani – Pedagang Pengumpul – Penggilingan, 3) Petani – Penebas Combi – Penggilingan.
- 2) Ketiga saluran pemasaran di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro telah efisien, dengan hasil margin yaitu pada saluran pemasaran pertama Rp. 0 dengan tingkat efisiensi 1,22% dan *Farmer's share* 100% karena pada saluran ini petani langsung menjual gabahnya ke penggilingan tanpa perantara, margin untuk saluran kedua yaitu sebesar Rp. 300 dengan tingkat efisiensi 2,32% dan *Farmer's share* 93,02% dan margin untuk saluran ketiga yaitu sebesar Rp. 300 dengan tingkat efisiensi 2% dan *Farmer's share* 94%.

### 2. Saran

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas cakupan penelitiannya. Sehingga nantinya juga bisa mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambah alat uji yang lainnya selain yang ada di dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya akan lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]Anonimous, 2018. **BPS Dinas Pertanian Kabupaten Bojonegoro**. Diakses tanggal 04 Maret 2020.

- [2]Anonimous, 2019, **Data Monografi Desa Kemamang**
- [3]Arbi Muhammad, Thirtawati, Yulian Juanidi, 2018. **Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.** Universitas Sriwijaya.
- [4]Arikunto, S. 2013, **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik.** Rineka Cipta. Jakarta
- [5]Asmarantaka R.W, 2012, **Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing),** Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Manajemen. IPB Bogor. Bogor.
- [6]Asmawati, 2018. **Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Di Kelurahan Apala Kecamatan Barebbo Kabupaten Bone Sulawesi Selatan,** Universitas Hasanuddin. Makassar.
- [7]Chaerani Dang Sri, 2016, **Margin dan Efisiensi Pemasaran Kopra Di Desa Simalegi Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai,** ISSN : 2502-0951, Oktober, Padan (81-94).
- [8]Darus, 2018, **Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecaatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu.** Vol 20 ISSN : 2503-4375, Pekanbaru.
- [9]Firdaus Muhammad, 2010, **Manajemen Agribisnis.** PT Bumi Aksara. Jakarta
- [10]Kohls RL Dan JN. Uhl, 2002, **Marketing Of Agriculture Products.** Macmillan Publishing C. New York.
- [11]Kotler P, 2009, **Manajemen Pemasaran Jilid 1,** Edisi 13 Erlangga. Jakarta
- [12]Kotler P, 2009. **Manajemen Pemasaran Jilid 2,** Edisi 13 Erlangga. Jakarta.
- [13]Mubyarto, 1989. **Pengantar Ekonomi Pertanian,** Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia
- [14]Partiwiri, 2006, **Ekonomi Pertanian,** PT. Raja Grafindo. Jakarta
- [15]Sa'id. E.Gumbira dan Intan, 2001. **Manajemen Agribisnis,** Ghalia Indonesia. Jakarta.
- [16]Sazmi Ramon Musikal, 2017, **Analisis Pendapatan Pemasaran Ikan Patin Di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah.** Universitas Lampung.
- [17]Soekartawi. 2002, **Prinsip Dasar Manajemen Hasil-hasil Pertanian,** Rajawali Pess. Jakarta
- [18]Soekartawi. 2002, **Prinsip Dasar Manajemen Pemasaram Hasil-hasil Pertanian: Teori dan Aplikasinya,** PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

[19]Sugiyono. 2011, **Statistika Untuk Penelitian**, CV. Alfabeta Bandung

[20]Swasta B. DH. 2003, **Saluran Pemasaran**, BPFE. Yogyakarta

[21]Wulandari Dita, Rommy Qurniati dan Susni Herwanti, 2018, **Efisiensi Pemasaran Durian (*Durio Zibethinus*) di Desa Wisata Durian Kelurahan Sumber Agung**, Vol 8 ISSN : 2549-5747, Lampung (68-76).