

Efisiensi Pemasaran Durian (*Durio Zibethinus*) di Desa Wisata Durian Kelurahan Sumber Agung

Durian Marketing Efficiency in Durian Tourism Village in Sumber Agung

Oleh:

Dita Wulandari*, Rommy Qurniati, Susni Herwanti
Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung
Jl. Sumantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung
*Email: ditawulan20@gmail.com

ABSTRAK

Dinas Kehutanan Provinsi Lampung telah mencanangkan Kelurahan Sumber Agung sebagai Desa Wisata Durian. Agar desa wisata ini dapat berkembang menjadi sentra pemasaran durian maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran durian di Desa Wisata Durian. Analisis yang digunakan meliputi analisis saluran pemasaran, struktur pasar, perilaku pasar, dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat 4 saluran pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung dan yang paling efisien adalah saluran pemasaran dari petani ke pedagang pengecer dan ke konsumen akhir. Berdasarkan struktur pasar, perilaku pasar dan sebaran margin yang tidak merata, maka pemasaran durian belum efisien dan cenderung membentuk pasar oligopsoni.

Kata kunci: durian, desa wisata, efisiensi, pemasaran.

ABSTRACT

Regional Forestry Office of Lampung Province has declared Sumber Agung Village as a Durian Tourism Village. In order to encourage the durian tourism village as a center of durian marketing, it is necessary to conduct a research which aim to know the efficiency of durian marketing to support the durian tourism village. The analysis used in this study were including the analysis of marketing channels, market structure, market behavior and marketing margin. The research showed that there were 4 durian marketing channels in Sumber Agung Village and the most efficient channel was from farmer through retailer and to final consumer. According to the market structure, market behavior and uneven margin distribution, the durian marketing has not been efficient and tends to be oligopsony.

Keywords: durian, efficiency, marketing, tourism village.

PENDAHULUAN

Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman (Tahura WAR) merupakan salah satu kawasan pelestarian alam yang termasuk dalam kawasan konservasi. Kawasan Tahura WAR dibagi menjadi tiga blok, yaitu blok perlindungan 4. 641,03 ha, blok pemanfaatan 3. 213,31 ha, dan blok lainnya 14. 387,84 ha (Unit Pelaksana Teknis Daerah Tahura WAR, 2016). Blok pemanfaatan merupakan blok yang dapat dikelola oleh masyarakat. Pengelolaan oleh

masyarakat dilakukan di blok pemanfaatan dengan membudidayakan tanaman kehutanan, tanaman pertanian dan tanaman pohon serbaguna (*Multi Purpose Tree Species atau MPTS*). Jenis tanaman MPTS yang banyak ditanam adalah tanaman durian. Berdasarkan persyaratan tempat tumbuh durian, lokasi tersebut berada pada ketinggian yang sesuai yaitu antara 50-1661 mdpl, sehingga potensi pengembangan durian cukup baik di wilayah ini. Menurut Mukminatun dan Harisudin (2011) durian memiliki prospek ekonomi yang cukup bagus dibandingkan buah lainnya. Berdasarkan potensi tersebut, maka Dinas Kehutanan Provinsi Lampung berencana membuat sentra pemasaran durian hasil pemanfaatan lahan di Tahura WAR melalui desa wisata durian di Kelurahan Sumber Agung.

Kelurahan Sumber Agung memiliki potensi alam yang potensial untuk dikembangkan menjadi desa wisata durian karena seluruh petani mengelola tanaman durian. Jenis durian yang dikembangkan masyarakat di Kelurahan Sumber Agung merupakan durian lokal yang sudah ada sejak turun-temurun dan dibudidayakan dengan cara yang masih sederhana (tradisional). Berdasarkan hasil survei pendahuluan, meskipun durian dikenal sebagai buah unggulan dan banyak diminati oleh masyarakat, keuntungan yang didapat petani durian relatif lebih kecil dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh efisiensi dari sistem pemasaran durian di Sumber Agung.

Penelitian tentang efisiensi pemasaran telah banyak dilakukan diantaranya oleh Sunanto dan Juddawi (2011) tentang analisis kelayakan usaha dan pemasaran hasil durian di Kabupaten Palopo Sulawesi Selatan, Sabrina dkk (2013) tentang pemasaran durian di Pasar Induk Kramat Jati, dan Herwanti (2016) tentang analisis pemasaran durian di Desa Talang Mulya Kabupaten Pesawaran. Penelitian tentang efisiensi pemasaran durian yang dikaitkan dengan pengembangan desa wisata durian di Tahura WAR belum pernah dilakukan sehingga penting untuk dilakukan penelitian tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efisiensi pemasaran durian dalam rangka mendukung desa wisata durian di sekitar Tahura WAR. Efisiensi pemasaran durian dalam mendukung pengembangan desa wisata durian dapat ditinjau saluran pemasaran, struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar dengan menggunakan analisis margin pemasaran (Yuniarti dkk, 2009).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Maret 2017 di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Peta lokasi dapat dilihat pada Gambar 1. Pemilihan Kelurahan Sumber Agung sebagai lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Sumber Agung telah ditetapkan sebagai Desa Wisata Durian oleh Unit Pelaksana Teknis Daerah Tahura WAR dan sentra pemasaran durian hasil pemanfaatan lahan di Tahura WAR.

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data primer meliputi data harga jual dan beli durian, biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran durian, resiko pemasaran, lembaga pemasaran yang terlibat, jumlah pembeli dan penjual, segmentasi pasar, kegiatan labeling, sistem penjualan, sistem penentuan harga, sistem pembayaran lembaga pemasaran serta saluran pemasaran yang digunakan dalam kaitannya dengan penetapan Kelurahan Sumber Agung sebagai desa wisata durian. Data sekunder diperoleh melalui UPTD Tahura WAR, Kelurahan Sumber Agung dan penelusuran literatur atau laporan terkait efisiensi pemasaran buah-buahan.

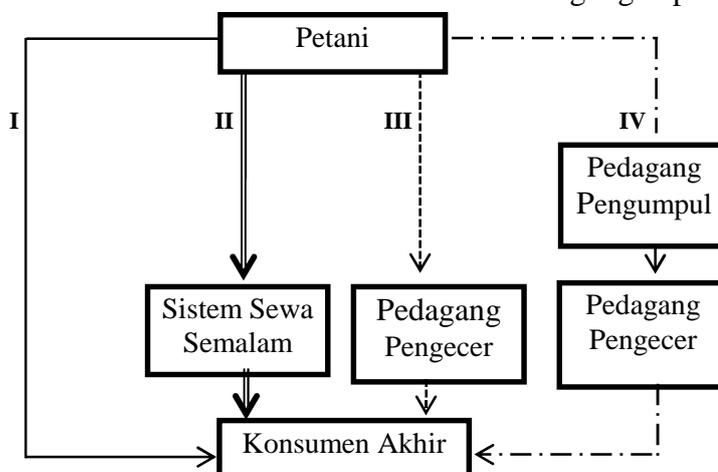
Populasi adalah petani durian di Kelurahan Sumber Agung yang tergabung dalam Gabungan Kelompok Pengelola dan Pelestari Hutan (KPPH) yang berjumlah 499 kepala keluarga (KK), lembaga pemasaran dan pihak Tahura WAR yang terlibat dalam program pengembangan desa wisata durian. Penarikan sampel petani dilakukan secara berkelompok

Saluran 2 adalah saluran yang digunakan dari petani ke konsumen akhir dengan menggunakan sistem sewa semalam. Saluran 2 hanya digunakan oleh petani durian sebanyak 3 orang (4%). Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani durian adalah fungsi pertukaran berupa penjualan. Pada saluran 2, petani melakukan penjualan durian dengan sistem sewa semalam. Sistem sewa semalam dilakukan dengan cara konsumen datang langsung ke lahan garapan petani durian untuk menunggu durian yang jatuh selama semalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani durian, konsumen yang datang biasanya rombongan atau berkelompok dengan tarif sebesar Rp300.000,00–Rp500.000,00 per malam dan jumlah durian yang didapat sebanyak 15–20 butir.

Saluran 3 adalah saluran dari petani ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Pada saluran 3, petani menjual durian ke pedagang pengecer sebanyak 9 orang (11%). Fungsi–fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran berupa pembelian dari pedagang pengecer yang membeli langsung ke petani. Kegiatan pembelian dari petani durian dilakukan di rumah petani atau di kebun petani.

Fungsi fisik terdiri dari penyimpanan dan pengangkutan. Fungsi penyimpanan dilakukan oleh pedagang pengecer karena pedagang pengecer melakukan penjualan dalam jumlah yang besar. Fungsi pengangkutan berupa transportasi dilakukan oleh seluruh lembaga pemasaran durian yang terlibat. Fungsi fasilitas terdiri dari standarisasi dan *grading* (pemilahan) serta penanggungan resiko. Pada standarisasi dan *grading* dilakukan dengan memilah buah berdasarkan ukuran dan kualitas buah sebagai dasar penentu harga. Resiko yang ditanggung oleh pedagang pengecer adalah buah yang rusak (busuk) akibat lamanya waktu penjualan.

Saluran 4 adalah saluran dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer hingga ke konsumen akhir. Saluran 4 merupakan saluran yang paling banyak dilakukan oleh petani durian yaitu sebanyak 66 orang (79%) dari total petani durian di Kelurahan Sumber Agung. Fungsi–fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yaitu pembelian dari petani dan pedagang pengumpul menjual kepada pedagang pengecer yang berada di Kota Bandar Lampung. Pedagang pengumpul membeli durian dari petani dengan sistem borongan. Sistem pembelian dengan cara borongan banyak merugikan petani karena dengan sistem ini, jumlah durian yang dihitung dipohon jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah yang dipanen oleh pemborong (Qurniati, 2002). Sehingga pedagang pengumpul lebih banyak memperoleh keuntungan dari jumlah durian yang diborong. Namun pembelian dengan sistem borongan hanya dilakukan jika produksi durian melimpah. Pola Saluran Pemasaran Durian di Kelurahan Sumber Agung dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Saluran pemasaran 1 (—), saluran 2 (==), saluran 3 (---), dan saluran 4 (-.-) pada komoditi durian di Sumber Agung.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengumpul berupa pengangkutan buah dari rumah atau kebun petani ke rumah pedagang pengumpul. Fungsi fasilitas yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu fungsi standarisasi dan *grading* serta penanggungan resiko. Pedagang pengumpul melakukan standarisasi dan *grading* dalam memasarkan durian ke pedagang pengecer. Resiko pemasaran oleh pedagang pengumpul tidak terlalu besar, karena biasanya durian tidak terlalu lama berada ditangan pedagang pengumpul sehingga resiko penurunan harga akibat menurunnya kualitas dan resiko buah yang tidak laku dijual sangat kecil, dibandingkan dengan pedagang pengecer yang lebih banyak menanggung resiko.

Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan melihat empat karakteristik pasar yaitu banyaknya jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, syarat keluar masuk pasar berupa modal pengetahuan dan sumber informasi. Berdasarkan hasil penelitian pada karakteristik pertama, petani yang berjumlah 83 orang memasarkan produknya kepada pedagang pengumpul 4 orang, dan pedagang pengecer 3 orang yang berada di luar Kelurahan Sumber Agung. Komposisi antara penjual dan pembeli tidak seimbang jumlahnya karena jumlah petani durian lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pedagang. Hal ini menunjukkan struktur pasar durian yang berlangsung adalah pasar yang tidak bersaing sempurna atau lebih mengarah pada pasar persaingan oligopsoni.

Karakteristik kedua, petani tidak melakukan standarisasi dan *grading* karena petani menjual durian secara borongan. Sedangkan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer melakukan standarisasi dan *grading* karena penjualan dilakukan secara eceran atau dijual langsung ke pembeli. Jika durian memiliki kualitas yang lebih baik dari durian lainnya, maka durian tersebut memiliki nilai jual yang tinggi.

Karakteristik ketiga, dilihat dari kemudahan keluar masuk pasar yaitu pada besarnya modal yang dimiliki oleh pedagang dan pengetahuan mengenai produk yang dijual. Pedagang pengecer membutuhkan modal yang cukup besar, berdasarkan informasi yang didapatkan dari pedagang durian, modal yang dibutuhkan pedagang pengecer antara Rp 1.500.000,00 sampai Rp 25.000.000,00, sedangkan pedagang pengumpul berkisar antara Rp 3.000.000,00 sampai Rp 50.000.000,00.

Karakteristik keempat, petani mendapatkan informasi mengenai harga durian yang berlaku sebelum melakukan kegiatan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa informasi harga diperoleh dari sesama petani dan sesama pedagang atau dengan melihat harga durian dipasaran. Dengan adanya desa wisata durian harapannya petani dengan mudah mendapatkan informasi sistem pemasaran yang menguntungkan sebelum melakukan kegiatan penjualan. Karakteristik pasar durian di Kelurahan Sumber Agung dapat dilihat pada Tabel 1.

Jika dilihat dari jumlah penjual dan pembeli yang tidak sebanding, maka pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung belum efisien, karena struktur pasar durian berada dalam bentuk pasar oligopsoni, akibatnya petani mempunyai kekuatan yang lemah dalam pembentukan harga dari hasil durian yang dipasarkan. Petani durian yang berada di Kelurahan Sumber Agung hanya menjadi penerima harga (*price taker*).

Tabel 1. Karakteristik pasar durian di Kelurahan Sumber Agung

No	Karakteristik	Petani	Pembeli	
			Pedagang Pengecer	Pedagang Pengumpul
1	Jumlah penjual dan pembeli	83	4	3
2	Keadaan produk	Tidak ada	Ada	Ada
3	Hambatan keluar masuk pasar	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
4	Informasi mengenai harga	Ada	Ada	Ada

Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar diamati dengan melihat praktik penjualan dan pembelian, sistem penentuan dan pembayaran harga, kerjasama antar lembaga pemasaran serta praktik-praktik pemasaran lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, umumnya petani menjual durian ke pedagang pengecer, pedagang pengumpul dan konsumen akhir dengan beberapa cara yaitu sistem eceran, sistem borongan dan sistem sewa semalam. Sistem eceran merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara unit per kecil dengan harga per unit. Berbeda dengan sistem borongan merupakan penjualan secara keseluruhan produk berdasarkan harga per unitnya. Sistem sewa semalam merupakan penjualan yang dilakukan petani dengan cara pembeli menunggu langsung durian yang jatuh di lahan garapan milik petani selama semalam.

Pemilihan cara penjualan yang dilakukan petani berdasarkan kebiasaan petani atau berdasarkan jumlah produksi buah pada saat itu. Jika produksi durian sedang melimpah, petani pada saluran 4, biasanya menjual durian secara borongan. Pada sistem ini pedagang pengumpul melakukan perkiraan jumlah produk buah per pohon sebelum melakukan transaksi. Transaksi dilakukan berdasarkan jumlah prediksi pedagang pengumpul. Setelah terjadi kesepakatan barulah pemanenan dapat dilakukan oleh pedagang pengumpul yang disebut penebas.

Penentuan harga durian dilakukan dengan cara tawar-menawar antara petani dengan pedagang atau konsumen akhir. Harga yang ditawarkan pada sistem tawar-menawar adalah harga berdasarkan informasi yang dimiliki oleh petani dan pedagang. Sedangkan sistem penentuan harga durian dengan cara sistem sewa semalam ditentukan oleh petani itu sendiri dengan cara memprediksi jumlah durian yang akan jatuh dalam waktu 1 malam di lahan garapannya.

Sistem pembayaran yang dilakukan petani dengan pedagang dan konsumen pada umumnya dilakukan secara tunai. Namun terkadang sistem pembayaran juga dilakukan berdasarkan kesepakatan pada saat transaksi jual beli durian. Pembayaran berdasarkan kesepakatan biasanya dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu pembayaran dimuka dengan membayar separuh harga terlebih dahulu.

Keragaan Pasar

Analisis keragaan pasar durian dilakukan dengan menggunakan analisis margin pemasaran dan penyebarannya serta pengaruh struktur pasar dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga di tiap lembaga pemasaran, biaya pemasaran, dan margin pemasaran. Margin pemasaran merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan harga jual dan harga beli diberbagai tingkat pasar yang dilalui oleh suatu komoditas, dalam hal ini adalah durian. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga yang terlibat didalam sistem pemasaran durian. Adapun margin pemasaran pada masing-masing saluran dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa pada saluran 1 dan 2 petani langsung memasarkan durian kepada konsumen akhir dan tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat sehingga tidak terdapat nilai margin pemasaran. Pada saluran 4, banyak lembaga pemasaran yang terlibat dan keuntungan yang diambil dari masing-masing lembaga pemasaran relatif besar. Hal ini menyebabkan harga jual durian menjadi lebih tinggi. Apabila harga jual durian semakin tinggi maka margin pemasaran durian akan menjadi besar (Baladina dkk, 2011). Pada saluran 3 lembaga pemasaran yang terlibat hanya sedikit dan keuntungan yang diambil juga tidak terlalu tinggi, sehingga harga jual yang ditetapkan relatif lebih murah. Apabila harga jual durian semakin rendah maka margin pemasaran durian akan menjadi rendah (Baladina dkk, 2011). Margin pemasaran yang rendah menunjukkan margin pemasaran yang paling efisien.

Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Agnellia dkk, (2016) yaitu jika margin pemasaran yang tidak terlalu tinggi maka kegiatan pemasarannya semakin efisien.

Tabel 2. Margin Pemasaran Durian di Kelurahan Sumber Agung

Uraian	Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3		Saluran 4	
	Harga (Rp/buah)	Share (%)						
Harga Jual Petani	26.428,00	100	25.833,00	100	9.500,00	27,14	9.000,00	25,71
Harga Jual Pengumpul							20.000,00	57,14
Biaya:							<u>2.500,00</u>	7,14
> Transportasi							1.500,00	4,29
> Tenaga kerja							1.000,00	2,85
Margin Pemasaran							11.000,00	31,42
Margin Keuntungan							8.500,00	24,28
Rasio Profit Margin							3,40	
Harga Jual Pengecer					35.000,00	100,00	35.000,00	100
Biaya:					<u>275,00</u>	0,79	<u>312,50</u>	0,89
> Transportasi					125,00	0,35	250,00	0,71
> Tenaga kerja					150,00	0,43	62,50	0,18
Margin Pemasaran					25.500,00	72,85	15.000,00	42,85
Resiko Pemasaran 10%					2.550,00		1.500,00	
Margin Keuntungan					22.675,00	72,07	13.187,50	41,96
Rasio Profit Margin					82,45		42,20	
Harga Beli Konsumen akhir	26.428,00	100	25.833,00	100	35.000,00	100,00	35.000,00	100
Total Biaya					275,00		2.812,50	
Total Margin Pemasaran					25.500,00		26.000,00	
Total Keuntungan					22.675,00		21.687,50	
Total Rasio Profit Margin					82,45		50,40	

Keuntungan pedagang yang paling tinggi diperoleh pada saluran 3, yaitu Rp 22.675,00/ buah disusul dengan saluran yang paling rendah yaitu pada saluran 4, sebesar Rp 21.687,00/ buah. Penetapan harga jual yang tinggi menghasilkan margin keuntungan yang tinggi. Keuntungan tertinggi ini disebabkan karena pedagang pengecer membeli durian langsung dari petani durian di Sumber Agung dan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran lebih sedikit serta mampu menjual durian dengan harga yang lebih tinggi sehingga keuntungan yang diperoleh lebih tinggi dibanding lembaga pemasaran yang lain. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Jumiati dkk, (2013) yang menyatakan bahwa pedagang pengecer memperoleh keuntungan paling tinggi sedangkan petani mendapatkan keuntungan yang paling rendah. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer terdiri dari biaya tenaga kerja dan biaya transportasi dari petani ke kios pedagang pengecer di luar Kelurahan Sumber Agung dengan menggunakan mobil *pick up* ukuran kecil. Upah yang diperoleh tenaga kerja pada saluran 3 sebesar Rp150,00/buah.

Nilai Rasio Profit Margin (RPM) pada tingkat pedagang pengecer diperoleh dari perbandingan margin keuntungan dengan biaya total. Nilai RPM paling besar, dimiliki oleh pedagang pengecer saluran 3 yaitu sebesar 82,45 artinya setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk memasarkan durian akan diperoleh keuntungan sebesar Rp 82,45. RPM pada lembaga pemasaran disetiap saluran kurang menyebar merata. Nilai RPM dapat membuktikan bahwa sistem pemasaran yang terjadi belum efisien karena RPM belum menyebar merata. Menurut Permadi (2017) jika penyebaran RPM terhadap biaya tidak merata pada setiap lembaga pemasaran, maka secara teknis saluran pemasaran tersebut tidak

efisien. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung saat ini belum mampu mengadakan pembagian yang adil terhadap keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran durian.

Dari analisis keragaan pasar secara keseluruhan ternyata pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung, dapat disimpulkan belum berjalan efisien. Hal ini dilihat dari margin pemasaran yang belum merata, *share* harga yang diterima petani juga masih relatif rendah, serta margin keuntungan dan biaya pada petani juga masih rendah. Rendahnya *share* harga yang diterima petani ini disebabkan karena harga ditentukan oleh pedagang pengumpul, dimana dalam hal ini pedagang pengumpul cenderung mempunyai kekuatan posisi tawar menawar (*bargaining position*), petani hanya sebagai penerima harga (*price taker*).

SIMPULAN

Saluran pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung terdapat 4 saluran. Berdasarkan analisis saluran pemasaran durian, saluran yang paling efisien adalah saluran 3 yaitu dari Petani-Pedagang Pengecer-Konsumen Akhir. Hal ini karena saluran 3 memiliki total margin pemasaran yang rendah (Rp 25.500,00) dan *share* petani paling tinggi (27%). Berdasarkan struktur, perilaku pasar dan sebaran margin yang tidak merata, maka pemasaran durian di Kelurahan Sumber Agung dapat disimpulkan belum efisien dan cenderung membentuk pasar oligopsoni.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnellia, M.A.D.D, Ustriyana, I.N.G. dan Djelantik, A.A.A.W.S. 2016. Analisis struktur, perilaku, dan Kinerja Pasar Cabai di Desa Bayung Gede, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 5(1): 1-10.
- Baladina, N., R. Anindita, dan R. P. Ariani. 2011. Analisis Efisiensi Pemasaran Durian di Desa Wonoagung, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. *Jurnal Habitat* 22(1): 1-11.
- Herwanti, S. 2016. Analisis Pemasaran Durian di Desa Talang Mulya Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmiah Esai* 10(1): 64-70.
- Jumiati, E. , H. D. Dwidjono, H. Slamet, dan Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor* 12(1): 1-10.
- Mukminat, S. N, dan M. Harisudin. 2011. Strategi Pemasaran Durian Sanggaran (*Durio Zibethinus*. M.) di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar dengan Metode Competitive Profile Matrix (Cpm). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 1(1):15-32.
- Putri, Y. R. , I. S. Siswanto, dan R. Wiludjeng. 2014. Farmer Share dan Efisiensi Saluran Pemasaran Kacang Hijau (*Vigna radiata*, l.) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan. *Jurnal Agri Wiralodra* 6(2): 28-35.
- Permadi, R. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Kabupaten Seruyan. *Jurnal Agricultural Scienties* 1(1): 120-128.
- Qurniati, R. 2002. *Pemasaran Buah-Buahan Hasil Agroforestri di Provinsi Lampung*. Tesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 95 p.

- Qurniati, R. 2010. *Buku Ajar Pemasaran Hasil Hutan*. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 115 p.
- Sunanto dan H. Juddawi. 2011. Analisis Kelayakan Usaha dan Pemasaran Hasil Durian (*Durio zibethinus*. M.) di Kabupaten Palopo Sulawesi Selatan. *Jurnal Sepa* 8(1): 1-8.
- Sabrina, R. Winandi, dan D. Rachmina. 2013. Pemasaran Durian di Pasar Induk Kramat Jati. *J. Forum Agribisnis* 3(2): 187-200.
- Unit Pelaksana Teknis Daerah Tahura WAR. 2016. *Pengelola Tahura Wan Abdul Rachman*. Buku Informasi Tahura WAR. Bandar Lampung. 38 p.
- Yuniarti, T. ,U. Burhan, dan M. M. Mustadjab. 2009. Efisiensi Pemasaran Jambu Mete di Kabupaten Lombok Barat (Studi Kasus di Sentra Produksi Bayan). *Jurnal Wacana* 12(1): 204-216.