

## ANALISIS PENDAPATAN USAHA JERUK KEPROK DI DESA BELANTIH, KECAMATAN KINTAMANI, KABUPATEN BANGLI

Ni Nengah Putri Adnyani, S.P.,M.P

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Dwijendra

E-mail : nengahputri@gmail.com

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui besarnya pendapatan yang dikeluarkan oleh petani jeruk keprok; (2) Untuk mengetahui pendapatan usahatani jeruk keprok (3) Untuk mengetahui tingkat R/C ratio dalam usahatani jeruk keprok. Penelitian ini dilakukan di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali yang mengembangkan tanaman jeruk keprok sebagai usahatannya, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 60 orang petani. Pada penelitian ini diambil sebanyak 30 petani. Hasil pembahasan dan penelitian menunjukkan bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan petani jeruk keprok di Desa Belantih adalah Rp 7.374.000 Rata-rata produksi 44 are dalam satu tahun periode produksi 4.140, yang dijual dengan harga Rp 3.500/kg dilokasi petani. Rata-rata penerimaan usahatani jeruk keprok permusim tanam adalah Rp 14.490.000. serta pendapatan petani adalah Rp 7.116.000. Dengan R/C yang telah dianalisis didapat 1,9. Maka berarti bahwa usahatani yang dilakukan petani sampel adalah efisien atau dengan kata lain usahatani jeruk keprok menguntungkan.

**Kata Kunci:** Penerimaan, pendapatan jeruk keprok, Desa Belantih

### Abstract

The purpose of this study are: (1) To determine the amount of income spent by tangerines farmers; (2) To find out the income of tangerine farming (3) To find out the level of R / C ratio in tangerine farming. This research was conducted in Belantih Village, Kintamani Subdistrict, Bangli Regency, Bali Province, which developed tangerines as a farm, the total population in this research was 60 farmers. In this study 30 farmers were taken. The results of the discussion and research showed that the average cost incurred by tangerine farmers in Belantih Village was Rp. 7,374,000. The average acceptance of planting season tangerines is Rp. 14,490,000. and farmer income is IDR 7,116,000. With the R / C that has been analyzed obtained 1.9. Then it means that the farming done by the sample farmers is efficient or in other words profitable tangerine farming.

**Keywords:** Revenue, income of mandarin oranges, Belantih village

## 1. PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura merupakan komoditas potensial yang mempunyai nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi. Pertumbuhan sektor hortikultura mengalami peningkatan signifikan dibandingkan dengan sektor pertanian lain yakni sebesar 3.52 persen, dari tahun 2013 sebesar 0.7 persen menjadi 4.19 persen pada tahun 2014 (Rahmawati, 2018). Jeruk merupakan salah satu produk pertanian dari jenis tanaman hortikultura yang sangat populer dan diminati oleh hampir seluruh masyarakat, baik dalam bentuk segar maupun olahan. Salah satu sentra produksi jeruk di Indonesia adalah Desa Belantih Kecamatan Bangli yang terkenal dengan jeruk Keprok (Winarno, 2002).

Menurut Departemen Pertanian (2005) bahwa sentra produksi jeruk yang ada sekarang belum berbentuk dalam suatu hamparan tetapi merupakan kantong- kantong produksi yang sempit dan terpencar di kawasan sentra produksi, dengan tingkat pemeliharaan yang bervariasi dan belum optimal serta pengelolaan pascapanennya yang sederhana dan pemasaran yang tidak berpihak kepada petani. Di Bali, jeruk termasuk komoditas buah unggulan diantara komoditas lainnya yaitu pisang, mangga dan semangka. Dalam kurun waktu lima tahun (2013-2017), produksi jeruk di Kabupaten Bangli mengalami fluktuasi. Fluktuasi produksi jeruk di Kabupaten Bangli dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi buah yang ditanam di Kabupaten Bangli

Komoditas	Total Produksi (Ton)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Jeruk	70.698	96.987	63.426	101.338	102.051
Pisang	111.153	132.328	88.240	100.090	151.450
Mangga	2.453	3.931	3.344	629	3.463

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produksi jeruk tertinggi pada tahun 2014 sebesar 70.698 ton per tahun. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar 96.987 ke tahun 2016 produksi jeruk mengalami penurunan sebesar 63.426 ton per tahun. Tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 101.338 ton per tahun. Pada tahun 2018, produksi jeruk mengalami kenaikan yang pesat yaitu mencapai 102.051 ton per tahun. Fluktuasi hasil produksi jeruk ini disebabkan oleh serangan hama dan keadaan iklim yang tidak menentu di tiap tahunnya. Beberapa varietas jeruk di Bali antara lain adalah jeruk keprok.

Provinsi Bali terdapat beberapa sentra produksi jeruk, diantaranya adalah Kabupaten Jembrana, Kabupaten Tabanan, Kabupaten Badung, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Klungkung, Kabupaten Bangli, Kabupaten Karangasem, Kabupaten Buleleng dan Kota Denpasar. Untuk produksi jeruk tertinggi terdapat di Kabupaten Bangli yaitu 93.162,3 ton per tahun dengan luas panen 38.140,21 ha dan rata-rata produksi sebesar 24,42 kw per ha. Budidaya jeruk di Kabupaten Bangli memiliki prospek yang sangat cerah, untuk melihat prospek pemasaran agribisnis jeruk dapat dilihat dari kecenderungan permintaan terhadap jeruk, kemampuan memproduksinya dan ketepatan saluran pemasaran yang digunakan. Permintaan jeruk tersebut berasal dari pasar lokal di Bali, pasar Peneleh (Surabaya), pasar Gedhe (Surakarta) dan pasar Johar (Semarang). Sedangkan dari sisi kemampuan memproduksi jeruk, Kabupaten Bangli mempunyai lahan yang cukup luas dan subur, dengan jumlah petani yang membudidayakan jeruk cukup banyak serta sudah memiliki pengalaman baik dalam budidaya jeruk maupun pemasarannya.

Varietas jeruk di Bangli adalah jeruk keprok, Hasil produksi jeruk-keprok tersebut biasanya dipasarkan di pasar Bangli terlebih dahulu, kemudian jika ada sisa produksi baru dipasarkan ke pasar Badung Denpasar. Namun jika pada saat panen raya, jeruk di Bangli dipasarkan ke luar pulau Bali. Jadi pada intinya pemasaran jeruk keprok di Bangli difokuskan untuk memenuhi permintaan pasar lokal terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk dapat meminimalkan biaya pemasaran. Dalam pemasarannya, sampai saat ini masih dijumpai beberapa kendala diantaranya mencakup pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang dikeluarkan, besar margin pemasaran, keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran dalam budidaya jeruk. Hal ini sangat mempengaruhi pemasaran jeruk di Kabupaten Bangli. Kenyataan inilah yang mendorong peneliti mengadakan suatu penelitian mengenai analisis pemasaran jeruk keprok di Kabupaten Bangli.

## 2. METODE

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Waktu penelitian dilaksanakan dari Maret 2020 hingga bulan April 2020. Desa yang dijadikan lokasi penelitian adalah di Desa Belantih Kecamatan Kintamani lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Belantih merupakan salah satu sentra produksi jeruk di Kabupaten Bangli yang

sedang berkembang dan belum terdapat penelitian analisis pemasaran sejenis di daerah tersebut.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh petani yang mengambil bahan tanaman jeruk. Jumlah seluruh petani adalah 54 orang. Penentuan respondenpetani jeruk keprok dilakukan dengan menggunakan metode sensus yaitu teknik pengambilan responden dengan menjadikan seluruh populasi sebagai respondennya. Jumlah petani tersebut mengacu pada informasi yang telah diperoleh dari hasil survei dan wawancara awal dengan Sekretaris Desa yang berada di Desa Belantih. Penarikan sampel lembaga pemasaran dilakukan secara sengaja, yaitu pedagang pengepul ditingkat desa, dan pedagang besar, serta pedagang pengecer.

Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi, jenis produk, gambaran umum perusahaan, menggambarkan proses kegiatan usaha dan alternatif pemasaran produk. Kemudian data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi keuntungan, penerimaan, pendapatan, biaya dan jumlah produksi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi hasil pengisian kuesioner, wawancara, dokumentasi, biaya- biaya yang dikeluarkan oleh setiap pedagang dalam memasarkan buah jeruk, sertaharga jual dan beli buah jeruk. Kemudian data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selainmenyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut: 1. Jeruk keprok adalah salah satu tanaman yang banyak di minati dan dibudidayakan di desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. 2. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran jeruk keprok yang dimulai dari petani, produsen sampai konsumen. 3. Petani jeruk keprok adalah yang membudidayakan jeruk keprok, kemudianmenggunakan hasil produksi usahataninya atau menjualnya. 4. Perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam proses pengaliranbarang dari petani produsen sampai konsumen. 5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan menampung hasil produksi dari para petani, selanjutnya disalurkan kembali ke pedagang lainnya. 6. Pedagang Besar adalah yang membeli hasil pertanian dari pedagangpengumpul serta menjual kembali kepada pengecer kemudian ke konsumen akhir. 7. Pedagang Pengecer adalah yang menjual barang hasil pertanian dari produsenke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil. 8. Harga beli adalah harga yang dibayar oleh pembeli buah jeruk dan dinyatakandalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg). 9. Harga jual adalah harga yang diterima oleh penjual buah jeruk dan dinyatakandalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg). 10. Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Metode pengumpulan data merupakan salah satu tahapan utama dalam penelitian karena tujuannya untuk memperoleh data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2014). Dalam memperoleh data, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuisisioner.

Metode yang digunakan dalam penelitian deskriptif ini untuk mengenali sejumlah data merangkum sejumlah data, merangkum informasi yang terdapat dalam data, dan menyajikan informasi tersebut kedalam

bentuk yang di inginkan (Ghozali, 2005). Saluran pemasaran yang diteliti meliputi produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen lembaga, dan konsumen rumah tangga. Banyaknya lembaga yang berkontribusi pada aktifitas pemasaran akan berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan yang diterima oleh masing – masing lembaga tersebut. Analisis marjin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga jual Jeruk Keprok yang diterima oleh petani dengan harga beli yang dibayarkan oleh konsumen diberbagai tingkat saluran pemasaran. Menurut Sudiyono (2004) marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Suatu saluran dikatakan efisien apabila harga yang diterima petani atau produsen jeruk keprok lebih besar daripada marjin pemasaran keseluruhan. Marjin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga jual ditingkat petani dengan harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran. Dari hasil saluran pemasaran yang terbentuk dapat diketahui total marjin yang diperoleh dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan jeruk keprok di Desa Belantih.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini terdiri dari petani jeruk, pedagang pengumpul dan pedagang besar. Untuk mengetahui profil pemasaran jeruk keprok di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli, maka perlu diketahui karakteristik petani jeruk beserta para pedagang sebagai pelaku pemasarannya.

#### **Karakteristik Petani Jeruk**

Karakteristik petani jeruk keprok merupakan gambaran umum kondisi petani jeruk yang berada di daerah penelitian. Karakteristik petani dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan luas lahan.

#### **Karakteristik Pedagang Berdasarkan Pendapatannya**

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan atau juga disebut income dari seorang pedagang hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sektor produksi. Dan sektor produksi ini membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang belaku dipasar faktor produksi.

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Pendapatannya

<b>Jumlah No</b>	<b>Pendapatan (Rp)</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	4.000	3	30,00%
2	4.500	3	30,00%
3	5. 000	4	40,00%
<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>100,00%</b>

Sumber: data primer tahun 2019

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 10 orang pedagang pengepul yang pendapatannya Rp 4.000 sebanyak 3 Orang dengan persentase 30%, sedang yang pendapatannya Rp 4.500 sebanyak 3 orang dengan persentase 30%, dan yang pendapatannya Rp 5.000 sebanyak 4 orang dengan persentase 40%. Dari tabel di

atas dapat kita ketahui pendapatan yang paling banyak ialah dengan harga Rp. 5000 jumlah orang sebanyak 4 orang dengan presentase 40%.

#### **Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok**

Saluran pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh beberapa lembaga atau organisasi dalam proses penyaluran jeruk keprok dari produsen hingga konsumen. Aktivitas saluran pemasaran jeruk keprok dari petani hingga konsumen akhir memerlukan peran pedagang perantara atau lembaga pemasaran yang memiliki peranan penting dalam menyalurkan hasil produksi dalam kegiatan pemasaran.

#### **Struktur dan Tingkah Laku Pasar**

Hubungan antara petani dengan pedagang, bahwa petani hanya mempunyai satu kemungkinan untuk memasarkan hasil produksinya yaitu menjual kepada pedagang pengumpul desa. Dalam penjualan dengan cara melakukan terlebih dahulu melakukan penyortiran buah yg sudah matang atau tergantung dengan cuaca baru dijual ke pedagang pengepul desa. Mengenai harga ditetapkan berdasarkan per Kg dari hasil panen yang nyata.

Hubungan antara pedagang pengepul desa dan pedagang besar, disini pedagang pengumpul desa terjadi proses penyortiran jeruk yang sudah matang. Selanjutnya pedagang pengepul menjual jeruk yang sudah matang ke pedagang besar, dan tingkat harga yang ditetapkan berdasarkan per Kg dari hasil penyortiran buah jeruk yang sudah matang.

Hubungan antara pedagang besar dengan konsumen, rata-rata telah mempunyai hubungan yang continyu dan sudah sejak lama. Pedagang besar ini membeli dan menyimpan jeruk dalam jumlah sebanyak mungkin disesuaikan dengan kemampuannya. Disamping itu pedagang besar bisa memperkirakan adanya kenaikan harga jeruk lebih dahulu.

#### **Analisis Margin Pemasaran**

Analisis marjin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga jual jeruk keprok yang diterima oleh petani dengan harga beli yang dibayarkan oleh konsumen di berbagai tingkat saluran pemasaran. Adanya perbedaan kegiatan dari setiap lembaga akan menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga yang satu dengan lembaga yang lain sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin panjang saluran pemasaran jeruk keprok yang pada akhirnya menyebabkan marjin pemasaran semakin tinggi. Dalam penelitian ini, untuk menghitung marjin pemasaran didasarkan pada pola saluran pemasaran yang terbentuk. Dari pola saluran yang terbentuk, akan dihitung marjin pemasaran, biaya pemasaran, *farmer share* dan keuntungan pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan jeruk keprok. Marjin pemasaran, keuntungan dan *farmer share* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

Tabel 3 Analisis Harga Jual Beli Setiap Lembaga Pemasaran

Golongan	Harga Beli (Rp)	Persentase (%)	Harga Jual (Rp)	Persentase (%)
Petani	0	0.00%	Rp.4000	11.11%
Pedagang	Rp.4000	11.11%	Rp.7000	19.44%
Pedagang Besar	Rp.7000	19.44%	Rp.10000	27.78%
Pedagang pengecer	Rp.10000	27.78%	Rp.15000	41.67%
Konsumen	Rp.15000	41.67%	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>Rp.36.000</b>	<b>100.00%</b>	<b>Rp.36.000</b>	<b>100,00%</b>

Sumber: data primer tahun 2019

Marjin pemasaran dapat dihitung dengan cara pengurangan antara harga beliditingkat pedagang dengan harga jual ditingkat petani. Lebih jelasnya marjinpemasaran dapat dihitung sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Keuntungan didapat dari hasil pengurangan antara marjin pemasaran dan biayapemasaran pada setiap tingkatan saluran pemasaran.

Tabel 4 Analisis Keuntungan Dan Biaya Pemasaran

No	Jenis Biaya	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	<b>Petani</b>		
	Harga Jual	4000	6,00%
	Biaya Produksi	200	0,00%
	Keuntungan	3800	6,00%
2	<b>Pedagang Pengumpul</b>		
	Harga Beli	4000	6,00%
	Harga Jual	7000	11,00%
	Pengangkutan	1000	2,00%
	Pengemasan	100	0,00%
	Tenaga Kerja	200	0,00%
	Total Biaya	1300	2,00%
	Keuntungan	1700	3,00%
	Margin Pemasaran	3000	5,00%
3	<b>Pedagang Besar</b>		
	Harga Beli	7000	11,00%
	Pengemasan	100	0,00%
	Harga Jual	10000	15,00%
4	<b>Pedagang Pengecer</b>		
	harga beli	10000	15,00%
	<b>Total jual</b>	<b>65400</b>	<b>100,00%</b>
		<b>65400</b>	<b>100%</b>

Sumber: analisis data primer tahun 2019

Berdasarkan Tabel. 4 dapat dilihat bahwa Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pedagang pengepul yaitu Rp. 1.300,-/kg. dengan harga 1 kg jeruk yang diterima petani Rp. 4000,-/kg sedangkan untuk 1 kg jeruk konsumen akhir (pedagang pengepul) menjual Rp. 7000,-/kg. Margin pemasaran diperoleh

dari selisih antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang besar, pedagang pengecer sehingga memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 3.000,-/kg.

#### **Persentase Kerusakan Produk**

Menghitung total kerusakan produk berupa produk yang rusak dan produk yang hilang, kemudian dibandingkan dengan banyaknya produk awal yang diterima selama pemasaran produk. Untuk melihat perbandingan kerusakan produk dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini.

Tabel 5. Perbandingan Kerusakan Produk.

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (kg)</b>
Rusak	5
Hilang	1,5
Produk Awal	1000
<b>Total</b>	<b>993,5</b>

Sumber: Data Primer Tahun 2019.

Berdasarkan Tabel 5 di atas, bahwa dapat disimpulkan produk yang mengalami kerusakan, seperti busuk, lecet pada saat kemasan akibat tumpah tumpah buah, dengan jumlah 5 kg, produk yang hilang, akibat diambil kariawan dengan jumlah 1,5 kg dan produk awal 1.000 kg, maka total perbandingannya 993,5 kg.

#### **4. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran jeruk keprok di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut (1) biaya pemasaran pada saluran pemasaran sebesar Rp.7.000,- per kilogram. Keuntungan yang diterima petani sebesar Rp.3.000,- per kilogram, keuntungan yang diterima pedagang pengepul sebesar Rp. 1.700,- per kilogram dan keuntungan yang diterima pedagang besar sebesar Rp3.000,- per kilogram. (2) Dalam pemasaran jeruk keprok di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli terdapat satu saluran pemasaran yaitu : Saluran Pemasaran : Petani - Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang pengecer. (3) Total kerusakan pada saluran pemasaran petani sebesar Rp.993,5,- per kilogram.

##### **Saran**

Sebagai tindak lanjut dari penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran yaitu untuk Pemerintah perlu dibentuk tim penyuluhan untuk memberikan tambahan pemahaman kepada petani jeruk keprok di Desa Belantih serta penyuluhan mengenai cara konservasi lahan pertanian yang efektif. Kemudian untuk petani hendaknya senantiasa mengikuti penyuluhan-penyuluhan atau pelatihan di bidang pertanian untuk meningkatkan wawasan mengenai pentingnya menjaga kualitas tanah pertanian.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Adar, D. 2011. Keragaan Usahatani dan Efisiensi Produksi Jeruk Keprok Berdasarkan Zona Agroklimat di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Anonim, 2008, Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 129/Menkes/SK/II/2008 tentang Standar Minimal Pelayanan Rumah Sakit, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Broto, W, Yulianingsih, Dwi Amiarsi, Ridwan Thahir, Dondy A. Setyabudi, SulusiPrabawati dan Setyadjit.

2010. Teknologi Penanganan Pasca Panen Buah Untuk Pasar. Jakarta. Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian Kementerian Pertanian. Jurnal Teknologi Penanganan Pascapanen Buah Untuk Pasar. (2):27 - 46. Jakarta
- Broto.W 2010. Transportasi, Distribusi Dan Ritel. Balai Besar Litbang Pascapanen Pertanian, Direktorat budidaya tanaman buah 2010. profil jeruk keprok. direktorat budidaya tanaman jakarta.
- Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Iskandar. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: Gaung Persada Press (GP Press).
- Kanisius. 2011. Budidaya Tanaman Jeruk. Yogyakarta. (Anggota IKAPI).
- Khotler, Philip 2008, "manajemen pemasaran", Edisi kedua belas jilid kesatu. PT.Idx.
- Khotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Mulyadi. 2002. Akuntansi Biaya, Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahmawati, dkk. 2016. Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran). Yogyakarta: Ekuilibra.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Edisi Kedua. UMM Press. Malang
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunarjono, H. 2008. Berkebun 21 Jenis Tanaman Buah. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Swastha. 2000. Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta : liberty.
- Umar. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada.
- Winarno F.G. 2002 Keamanan Pangan. Bogor : Himpunan Alumni Fakultas Teknologi Pertanian IPB.
- Zivenge, E. and C. Karavina. 2012. *Analysis of factors influencing market channel access by communal horticulture farmers in chinamora District, Zimbabwe*. J. Dev. Agric. Ec