
**ANALISIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR KELAPA SAWIT DI
KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA (STUDI KASUS PADA PETANI
SWADAYA KECAMATAN MUARA MUNTAI)**

Oleh : Agung Enggal Nugroho^{*)}

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine: (1) marketing channels palm oil, (2) share of the farmers and marketing agencies and , (3) the main problems by farmers in the district of Muara Muntai.

The results of this study indicate that in Muara Muntai District there are two types of FFB marketing channels, which is a two-level and three level channel. At two level channel, share received by farmers amounted to 76.15%, traders amounted to 17.96%, and the owner SPB by 5.88%. While at the three levels of marketing channels, the share received by farmers amounted to 73.53%, amounting to 17.65% traders, middlemen at 2.94%, and the owner SPB by 5.88%.

The results also show that there are three main problems by the farmers in the district of Muara Muntai, (1) Prices are unstable; (2) Input production difficult to obtain; and (3) The role of farmer groups is not optimal.

Keyword : Marketing Channels, Marketing Agencies, Palm Oil Farmers.

I. PENDAHULUAN

Pengembangan agribisnis kelapa sawit merupakan suatu langkah yang diperlukan sebagai kegiatan pembangunan subsektor pertanian dalam rangka revitalisasi sektor pertanian. Perkembangan pada berbagai subsistem yang sangat pesat pada agribisnis kelapa sawit menjelang akhir tahun 1970-an menjadi bukti pesatnya perkembangan agribisnis kelapa sawit (Risza, 1994).

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman primadona dan memiliki prospek masa depan yang sangat cerah. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Saat ini Indonesia sudah mengembangkan 4 juta hektar lahan budi daya kelapa sawit dan dalam waktu dekat pemerintah sudah merencanakan akan mengembangkan komoditas ini menjadi 5,5 juta ha (Risza. S, 2010).

Kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.) merupakan salah satu komoditas yang menjadi unggulan Kalimantan Timur selain karet, kakao dan lada. Kalimantan Timur memiliki peluang yang baik dalam pengembangan kelapa sawit di Indonesia, karena didukung oleh luas areal dan kondisi agroklimat (tanah dan iklim) yang sesuai bagi pertumbuhan tanaman kelapa sawit. Sampai saat ini luas areal kelapa sawit baru mencapai 1.115.415 Ha yang terdiri dari 230.266 Ha sebagai tanaman plasma / rakyat, 22.367 Ha milik BUMN sebagai inti dan 862.782 Ha milik Perkebunan Besar

^{*)} Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Kutai Kartanegara

Swasta (Disbunhut Kaltim, 2015).

Salah satu kabupaten di Kalimantan Timur yang semakin mengembangkan pembangunan sektor perkebunan adalah Kabupaten Kutai Kartanegara. Di Kabupaten Kutai Kartanegara, potensi dan peluang investasi sub sektor perkebunan diarahkan pada beberapa komoditas seperti kelapa sawit, kakao, karet, tebu, pisang dan lada.

Semakin banyaknya keberadaan perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Kutai Kartanegara, membuat banyak masyarakat yang tertarik untuk membudidayakan komoditas tersebut. Namun karena sistem pengelolaan kebun yang berbeda dengan skala perusahaan dan aksesibilitas menuju lahan pertanian yang umumnya kurang terawat, membuat harga jual Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit milik petani menjadi rendah pada beberapa daerah. Oleh karenanya perlu dilakukan penelitian untuk melihat pola pemasaran dan faktor-faktor penyebab keadaan tersebut terjadi.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui saluran pemasaran TBS kelapa sawit, (2) Untuk mengetahui share atau bagian yang diterima petani dan masing-masing lembaga pemasaran, dan (3) Untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi petani dilokasi tersebut.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Mei 2015, dengan lokasi penelitian pada desa – desa di Kecamatan Muara Muntai Kabupaten Kutai Kartanegara.

2.2. Definisi Operasional

Analisis pada penelitian pemasaran ini dilakukan pada satu periode panen. Untuk memudahkan ukuran variabel-variabel, maka diberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Petani Swadaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Petani pekebun yang menaman kelapa sawit dengan modal sendiri (bukan petani plasma atau mitra perusahaan).
2. Kelompok tani adalah suatu lembaga atau wadah bagi petani yang ada di Desa pada Kecamatan Muara Muntai.
3. Produksi adalah hasil panen keseluruhan/jumlah panen TBS yang didapat petani swadaya, diukur dengan satuan (Kg).
4. Harga jual adalah harga beli TBS oleh pedagang pengumpul ditingkat petani dengan satuan (Rp kg⁻¹).
5. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pedagang perantara dll) selama proses pemasaran TBS kelapa sawit sampai ke pabrik dengan satuan (Rp Kg⁻¹)
6. Margin yang dimaksud adalah selisih dari jumlah penerimaan dengan biaya-biaya produksi dengan satuan (Rp Kg⁻¹).
7. Share adalah bagian-bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran dengan satuan %

8. Pedagang pengumpul yang dimaksud adalah pedagang yang membeli TBS kelapa sawit dari petani

2.3. Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani kelapa sawit pola swadaya yang memiliki tanaman kelapa sawit berumur 5-10 tahun (telah berproduksi) dengan pertimbangan pada umur tersebut merupakan masa produktif tanaman kelapa sawit Petani pola swadaya yang berada di Kecamatan Muara Muntai Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur.

Data UPT Disbunhut Kecamatan Muara Muntai menunjukkan bahwa terdapat 77 petani kelapa sawit dengan sistem swadaya yang tersebar di beberapa desa yaitu Muara Leka, Perian dan Kayu Batu.

Tabel 1. Populasi Petani Swadaya di Kecamatan Muara Muntai Tahun 2015

Kecamatan	Desa	Jumlah Petani Swadaya (Jiwa)
Muara Muntai	Muara Leka	30
	Perian	37
	Kayu Batu	10
Jumlah		77

Sumber: Disbunhut Kukar, 2015

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini maka digunakan teori yang dikemukakan oleh Notoatmodjo (2005) dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = Jumlah Populasi Petani Swadaya

n = Jumlah sampel yang diambil untuk diteliti

d = Tingkat presisi (15%)

Dengan menggunakan rumus di atas dapat diambil jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{77}{1 + 77(0,10)^2} = 43,50 \rightarrow \text{dibulatkan 44 sampel}$$

Setelah diketahui jumlah sampel keseluruhan, kemudian ditentukan jumlah sampel pada setiap desanya sebagai berikut:

$$n_i = \frac{30}{77} \times 44 = 17,14 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 17 (Desa Muara Leka)}$$

$$n_i = \frac{37}{77} \times 44 = 21,14 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 21 (Desa Perian)}$$

$$n_i = \frac{10}{77} \times 44 = 5,71 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 6 (Desa Kayu Batu)}$$

Setelah diketahui jumlah sampel yang diambil pada setiap desa. Kemudian dilanjutkan dengan penentuan jumlah sampel secara proporsional yang diambil pada setiap kelompok-kelompok tani yang berada pada setiap desa yang menjadi tempat penelitian. Secara lengkap rincian sampel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Sampel Pada Setiap Kelompok Tani

Desa	Kelompok Tani	Populasi	Sampel
Muara Leka	Jarum Mandiri 1	10	6
	Jarum Mandiri 2	20	11
Perian	Karya Bersama	37	21
Kayu Batu	Mandiri	10	6
Jumlah Total		77	44

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2015

2.4. Teknik Analisis Data

Sebagaimana tujuan penelitian ini, digunakan beberapa cara menganalisis data yang ditemukan dilapangan, dan untuk memudahkan berikut beberapa teori yang menjadi acuan. Untuk membedakan tingkatan pemasaran, menurut Swastha (2002) saluran tataniaga dibagi menjadi:

1. Saluran nol tingkat

Saluran nol tingkat ini lebih dikenal juga dengan saluran langsung, dikatakan langsung karena produsen langsung menjual barangnya (hasil produksinya) kepada konsumen, jadi tidak menggunakan perantara sama sekali.

Produsen → Konsumen

2. Saluran setingkat (satu tingkat).

Saluran ini disebut saluran tingkat satu karena hanya ada satu lembaga perantara. Lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah pengecer.

Produsen → Pengecer → Konsumen

3. Saluran dwi tingkat (dua tingkat).

Saluran ini disebut saluran dua tingkat karena ada dua perantara. Untuk barang konsumen pada umumnya lembaga perantara adalah pedagang pengumpul dan pengecer.

Produsen → Pengumpul → Pengecer → Konsumen

4. Saluran tri tingkat (tiga tingkat).

Saluran ini disebut saluran yang bertingkat banyak karena banyak menggunakan perantara, biasanya adalah pedagang pengumpul (agen), pedagang besar dan pengecer.

Produsen → Pengumpul → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Setelah diketahui saluran pemasaran, kemudian dilakukan perhitungan tataniaga pemasarannya. Untuk menghitung margin tataniaga di masing-masing lembaga tataniaga menggunakan rumus (Soekartawi, 1994) :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

- M = Margin Tataniaga (Rp)
 Hp = Harga Penjualan (Rp)
 Hb = Harga Pembelian (Rp)

Untuk margin total diperoleh dengan menjumlahkan setiap margin lembaga pemasaran yang terlibat dengan rumus sebagai berikut :

$$M_t = M_1 + M_2 + \dots + M_n$$

Keterangan :

- Mt = Margin Total (Rp)
 M1...Mn = Margin masing-masing pedagang atau lembaga tataniaga.

Keuntungan (profit) yang diperoleh lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus (Ahyari, 1981) :

$$\pi = M_p - B_t$$

Keterangan :

- π = Keuntungan / Profit (Rp)
 Mp = Margin Pedagang (Rp)
 Bt = Biaya Total (Rp)

Untuk menghitung *share* menggunakan rumus sebagai berikut (Hamid, 2002) :

$$LP = \frac{HP}{HE} \times 100 \%$$

Keterangan :

- LP = Bagian (%) yang diterima produsen
 Hp = Harga Produsen (Rp) per satuan barang
 He = Harga eceran (Rp) per satuan barang

III. HASIL PENELITIAN

3.1. Profil Singkat Kecamatan Muara Muntai

Wilayah Kecamatan Muara Muntai memiliki luas wilayah 92.219 km². Secara administrasi berbatasan wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kecamatan Bongan (Kutai Barat)
 Sebelah Timur : Kecamatan Loa Kulu
 Sebelah Selatan : Kecamatan Muara Wis
 Sebelah Barat : Kecamatan Penyinggahan (Kutai Barat)

Wilayah Kecamatan Muara Muntai terdiri dari 13 Desa dengan jumlah penduduk pada tahun 2012 tercatat berjumlah 18.442 jiwa yang tersebar pada 13 Desa yang ada di Kecamatan Muara Muntai (BPS Kukar 2014).

3.2. Pemasaran Kelapa Sawit

3.2.1. Saluran Pemasaran di Kecamatan Muara Muntai

Dalam penelitian yang telah dilakukan di kecamatan Muara Muntai Kabupaten Kutai Kartanegara, diketahui bahwa dalam pemasaran TBS kelapa sawit, terjadi dua

jenis saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat.

3.2.1.1. Saluran Dua Tingkat

Saluran dua tingkat yang terjadi di Kecamatan Muara Muntai terdapat tiga orang pedagang pengumpul dengan 32 responden. Hasil dari petani yang berupa TBS kelapa sawit dijual kepada pedagang pengumpul, lalu selanjutnya dijual dengan pemilik surat pengangkut buah (SPB) kelapa sawit, selanjutnya di jual pada PKS, dalam tabel berikut:

Tabel 3. Biaya, Margin, Keuntungan dan Share Pemasaran TBS Kelapa Sawit

No	Uraian	Rp Kg ⁻¹	Persentase %
1.	Harga Jual Petani kg ⁻¹	1.295	
	Share Petani		76,15
2.	Harga Beli L1	1.295	
	Harga Jual L1	1.600	
	Biaya Pemasaran L1	105	
	Margin Pemasaran L1	305	
	Keuntungan Pemasaran L1	200	
	Share Pemasaran L1		17,96
3.	Harga Beli L2	1.600	
	Harga Jual L2	1.700	
	Biaya Pemasaran L2	0	
	Margin Pemasaran L2	100	
	Keuntungan Pemasaran L2	100	
	Share Pemasaran L2		5,88
4.	Harga Beli Pabrik	1.700	

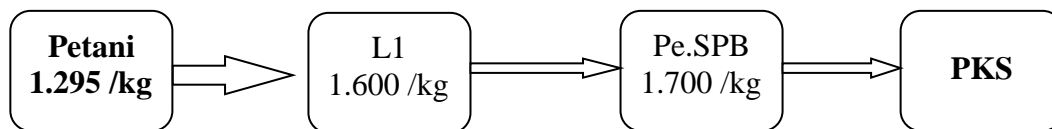
Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2015

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa ada 44 responden menjual TBS kelapa sawit dengan harga sebesar Rp 1.295 kg⁻¹ dan share 76,15%. Harga tersebut merupakan rata-rata dari harga beli ditingkat petani. Pedagang pengumpul (tengkulak) yang membeli TBS ditingkat petani berbeda-beda atau bervariasi antara Rp. 1.250 sampai Rp. 1.300 kg⁻¹. Variasi harga tersebut ditentukan dari jarak menuju kebun petani atau tingkat kemudahan akses jalan menuju ke lokasi. Hal ini berpengaruh terhadap biaya transport/pengangkutan yang akan mempengaruhi besar terhadap biaya pemasaran ditingkat pedagang pengumpul. Besar biaya pemasaran pada penelitian ini adalah Rp. 105 kg⁻¹. Nilai tersebut adalah rata-rata biaya angkut dan tenaga kerjayang ditanggung pedagang pengumpul TBS di Kecamatan Muara Muntai.

Setelah membeli TBS pada petani, pedagang pengumpul menjual TBS kelapa sawit kepada pemilik SPB sebesar Rp 1.600 kg⁻¹. Meskipun bahasanya menjual, namun dalam pelaksanaan dilapangan, pemilik SPB hanya seperti mengambil *fee* dari pedagang pengumpul. Seluruh proses transaksi, pengangkutan dan proses pembayaran dipabrik sepenuhnya dilakukan oleh pedagang pengumpul. Namun karena untuk dapat menjual TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) harus membawa surat pengantar buah

(SPB), maka pemilik SPB menggunakan kewenangannya untuk mengambil keuntungan.

Pedagang pengumpul mendapatkan margin pemasaran sebesar Rp. 305 kg⁻¹ dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 200 kg⁻¹ dan share sebesar 17,96%. Sedangkan untuk pemilik SPB yang tidak mengeluarkan biaya pemasaran memperoleh margin dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 100,-kg⁻¹ dan *share* sebesar 5,88%. Saluran pemasaran dan tingkat harga dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Dua Tingkat TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Muara Muntai.

3.2.1.2. Saluran Tiga Tingkat

Saluran tiga tingkat yang terjadi di Kecamatan Muara Muntai terdapat 12 responden, yaitu dari hasil petani yang berupa TBS kelapa sawit dijual kepada pedagang pengumpul, lalu dijual pada pedagang perantara atau penghubung selanjutnya kepemilik surat pengangkut buah (SPB) kelapa sawit dan selanjutnya di jual pada PKS, yang di tuangkan dalam tabel berikut :

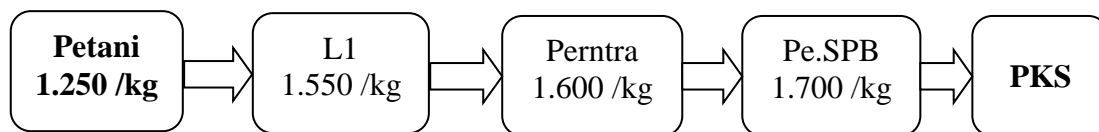
Tabel 2. Biaya, Margin, Keuntungan dan Share Pemasaran TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Muara Muntai (Saluran Tiga Tingkat).

No	Uraian	Rp Kg ⁻¹	Persentase %
1.	Harga Jual Petani kg ⁻¹	1.250	
	Share Petani		73,53
2.	Harga Beli L1	1.250	
	Harga Jual L1	1.550	
	Biaya Pemasaran L1	125	
	Margin Pemasaran L1	300	
	Keuntungan Pemasaran L1	175	
	Share Pemasaran		17,65
3.	Harga Beli L2	1.550	
	Harga Jual L2	1.600	
	Biaya Pemasaran L2	-	
	Margin Pemasaran L2	50	
	Keuntungan Pemasaran L2	50	
	Share Pemasaran L2		2,94
4.	Harga Beli L3	1.600	
	Harga Jual L3	1.700	
	Biaya Pemasaran L3	-	
	Margin Pemasaran L3	100	
	Keuntungan Pemasaran L3	100	

Share Pemasaran L3	5,88
5. Harga Beli Pabrik	1.700

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2014

Tabel diatas menunjukkan bahwa di Kecamatan Muara Muntai ada 12 responden menjual TBS dengan harga sebesar Rp 1.250 kg⁻¹, dan share petani 73,53%. Pedagang pengumpul menjual TBS kelapa sawit kepada pedagang perantara sebesar Rp 1.550,-kg⁻¹ dan kemudian pedagang perantara menjual kepada pemilik SPB sebesar Rp 1.600,-kg⁻¹. Selanjutnya pemilik SPB menjual TBS kelapa sawit kepada PKS sebesar Rp 1.700,-kg⁻¹. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 125,- kg⁻¹, sedangkan pedagang perantara dan pemilik SPB sama-sama tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Sehingga nilai margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 300,- kg⁻¹, keuntungan pemasaran Rp 175,- kg⁻¹ dan share pemasaran 17,65%. Untuk pedagang perantara diperoleh nilai margin pemasaran dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 50,-kg⁻¹ dengan share pemasaran diperoleh 2,94%. Sedangkan untuk pemilik SPB memiliki keuntungan sebesar Rp 100,-kg⁻¹ dan margin pemasaran sebesar Rp 100,-kg⁻¹ dengan share 5,88%. Saluran pemasaran dan tingkat harga dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Saluran Pemasaran Tiga Tingkat TBS Kelapa Sawit di kecamatan Muara Muntai.

3.2.2. Permasalahan/Kendala Petani Kelapa Sawit

Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh petani swadaya di Kecamatan Muara Muntai. Permasalahan tersebut tidak mutlak secara keseluruhan dikeluhkan oleh petani, namun hasil identifikasi terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi, diantaranya:

a) Harga TBS yang tidak stabil

Seperti diketahui bersama, petani komoditas non pangan (hasil perkebunan) umumnya tidak memiliki kemampuan untuk menentukan harga, petani hanya sebagai *price maker*. Kendati demikian, informasi dari dinas terkait menyebutkan bahwa harga komoditi kelapa sawit atau TBS selalu dipantau oleh pemerintah, dan dirapatkan rutin ditingkat satu (Provinsi) untuk melindungi masyarakat tani tentunya. Harga TBS memang sangat ditentukan oleh harga *Crude Palm oil* (CPO), sehingga fluktuasi harga CPO pasti akan menyebabkan fluktuasi harga TBS ditingkat petani. Petani tentunya menjadi pihak yang paling berdampak akan fluktuasi harga tersebut. Petani tentu tidak bisa memaksakan harga untuk selalu stabil, tetapi harapan petani dapat memperoleh informasi tentang harga TBS yang berlaku pada periode tertentu, sehingga tidak “semena-mena” mengikuti harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul.

b) Input Produksi yang sukar diperoleh

Input produksi adalah seluruh masukan yang digunakan dalam proses produksi. Petani di daerah Kecamatan Muara Muntai umumnya memiliki kesulitan

dalam memperoleh input produksi khususnya pupuk. Meskipun tergabung dalam kelompok tani, tetapi disaat-saat tertentu mereka kesulitan dalam memperoleh pupuk, karena umumnya sentral penjualan pupuk berada di pusat kabupaten.

c) Kelompok Tani belum berjalan optimal

Peran kelompok tani yang berjalan dengan optimal akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan anggota kelompok tani tersebut. Dilokasi penelitian, kelompok tani hanya menjadi lembaga yang menaungi anggotanya, tetapi belum bisa berperan dalam proses pemasaran, sehingga banyak pedagang pengumpul (tengkulak) yang akhirnya masuk dan mengendalikan harga.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

1. Saluran pemasaran yang terdapat di Kecamatan Muara Muntai ada dua, yaitu saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat. Untuk saluran dua tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pemilik surat pengantar buah (SPB). Sedangkan pada saluran tiga tingkat, terdapat pedagang pengumpul, pedagang perantara dan pemilik SPB.
2. Bagian yang diterima (share) pada saluran pemasaran dua tingkat untuk petani adalah sebesar 76,15%, pedagang pengumpul sebesar 17,96%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Sedangkan pada saluran pemasaran tiga tingkat, share yang diterima petani adalah sebesar 73,53%, pedagang pengumpul sebesar 17,65%, pedagang perantara sebesar 2,94%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%.
3. Ada tiga permasalahan utama yang dihadapi petani kelapa sawit di Kecamatan Muara Muntai, (1) Harga yang tidak stabil; (2) Input produksi sukar diperoleh; dan (3) Peran kelompok tani belum optimal.

4.2. Saran

1. Petani melalui kelompok tani perlu mencari informasi mengenai harga TBS yang ditetapkan pemerintah, sehingga meskipun menjual TBS melalui pedagang pengumpul namun mereka mengetahui harga terupdate, sehingga tidak rentan dipermainkan.
2. Petani perlu membuat Gapoktan atau Koperasi sebagai lembaga pemasaran dan kemudahan memperoleh akses input produksi dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Ahyari, A. 1981. Manajemen produksi II dan pengendalian produksi Lembaga Latihan Penyuluhan Pertanian UGM, Yogyakarta.

Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kalimantan Timur. 2015. Komoditi Kelapa Sawit. Sumber: <http://disbun.kaltimprov.go.id> at 10 April 2016.

Hamid, A.K. 2002. Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian, Bogor.

Notoatmojo, Soekidjo. 2005. Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.

Risza, S. 1994. Upaya Peningkatan Produktivitas Kelapa Sawit. Kanisius. Yogyakarta.

Risza, S. 2010. Masa Depan Perkebunan Kelapa Sawit Indonesia. Kanisius. Yogyakarta.

Soekartawi. 1994. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran. Liberty, Yogyakarta.

