

EXECUTIVE SUMMARY



**JARINGAN PEMASARAN KOPI RAKYAT
DI KABUPATEN JEMBER**

PENELITI

Ketua: Dr. Agus Budihardjo, MA NIDN: 0014085210

Anggota: Dr. Sasongko, M.Si. NIDN: 0007045707

**UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN
DESEMBER, 2014**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi adalah tanaman keras yang keberadaannya sudah lama sejak pemerintahan Hindia Belanda berkuasa di Indonesia. Sebagai salah satu tanaman keras kopi mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi baik untuk memenuhi pasar luar negeri maupun luar negeri. Perkebunan kopi diusahakan oleh Perusahaan Pemerintah sebagai warisan Pemerintah Hindia Belanda maupun Perusahaan Swasta disamping Kopi rakyat yang luas lahannya jauh lebih luas disbanding Perusahaan Negara atau PTPN maupun Perusahaan Swasta.

Luas lahan tanaman kopi di Kabupaten Jember kondisi tahun 2008 seluas 5.591,99 ha dengan produksi 17.052,26 kwintal. Daerah sebaran tanaman kopi terutama di wilayah kecamatan Silo dengan luas 2.290,46 ha dengan produksi 6.862,91 kwintal, Kecamatan Sumberjambe luas 586,02 ha dengan produksi 1.821,88 kwintal, Kecamatan Ledokombo luas 534,31 ha dengan produksi 1.690,18 kwintal, Kecamatan Panti dengan luas lahan 389,09 ha dengan produksi 1.535,94 kwintal, kecamatan Jelbuk dengan luas lahan 615,51 ha dengan produksi 1.226,44 kwintal.

Meskipun petani kopi menguasai lahan yang cukup luas namun kehidupan petani kopi dari tahun ke tahun tidak menunjukkan perkembangan yang cukup berarti. Hal ini dikarenakan petani kopi rakyat tidak memiliki informasi pasar yang memadai sehingga posisi tawar petani kopi rakyat sangat rendah karena keterbatasan informasi pasar. Untuk itu diperlukan rekayasa jaringan pemasaram untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh petani kopi saat ini. Standar kualitas seringkali menjadi kriteria untuk menentukan harga kopi sementara itu petani tidak paham tentang standard kualitas. Kurang pemahannya standard kualitas ini maka seringkali dipermainkan oleh pedagang dan tengkulak. Sementara itu petani kopi pingin segera mendapatkan hasil saat panen kopi tiba.

Posisi pemerintah dalam hal ini dinas pertanian dan perkebunan sangat strategis untuk membina dan mengatur tataniaga kopi rakyat. Untuk itu diperlukan peraturan daerah tentang kopi rakyat, agar tidak ada kesenjangan harga ditingkat eksportir dengann petani kopi rakyat. Campur tangan pemerintah dalam hal tataniaga kopi rakyat sangat diperlukan oleh para petani kopi rakyat terutama dalam hal penyediaan informasi pasar sehingga petani kopi rakyat mengetahui kualitas produk yang diinginkan dalam kuantitas dan kualitas produk, sehingga harga pasar dapat diramalkan atau paling tidak harga kopi tidak jauh dari harapan.

1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana dalam jaringan pemasaran kopi rakyat di Kabupaten Jember?

1.3. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jaringan pemasaran kopi rakyat di Kabupaten Jember.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Jaringan Pemasaran Kopi

Ekosistem aktivitas pemasaran adalah aspek penting dalam koridor proses manajemen. Secara konseptual pemasaran dapat diartikulasikan sebagai proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997).

Penggunaan bahasa pemasaran pada dasarnya adalah proses untuk berhasilnya suatu produk sampai ke tangan konsumen, oleh karenanya memiliki strategi yang harus dijalankan yaitu apa yang disebut bauran pemasaran. Secara konseptual bauran pemasaran merupakan paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju (Lamb dan Daniel, 2001).

Gambaran tentang saluran distribusi dikemukakan oleh Crevens (1998) yang menggambarkan beberapa jenis saluran distribusi sebagai berikut:

- 1) Produsen – Konsumen
- 2) Produsen – Tengkulak – Konsumen
- 3) Produsen – Tengkulak – Pengepul – Konsumen
- 4) Produsen – Tengkulak – Pengepul – Pedagang Besar – Konsumen

Dalam agribisnis termasuk produksi kopi saluran distribusi yang dimaksud produsen adalah para petani kopi yang pada dasarnya sangat tergantung pada para pedagang perantara

dalam hal ini adalah para tengkulak yang pada umumnya bergerak di sektor hulu dan bahkan tidak jarang mereka melakukan “ijon” dan tentunya sangat merugikan petani karena kopi dibeli pada waktu kopi masih dipohon dan masih muda serta berwarna hijau. Selain itu harganya pun juga jauh lebih murah jika dibandingkan dengan kopi yang sudah tua atau masak.

2.2. Struktur Pasar Kopi

Dalam ranah konseptual, pasar merupakan suatu bentuk kelembagaan yang otonom. Dalam bentuknya yang ideal, maka mekanisme pasar diyakini akan mampu mengatasi persoalan-persoalan ekonomi dengan pengawasan politik dan sosial yang minimal dari pemerintah dan komunitas. Pasar tak lagi bermakna sebagai tempat atau lokasi belaka, namun sudah meluas sebagai bagian penentu aspek moral kehidupan kolektif di tingkat desa hingga nasional. Dalam kehidupan sektor pertanian, terlihat fenomena otonomnya para pedagang hasil-hasil pertanian, dimana mereka seakan-akan membangun dunianya sendiri, misalnya timbulnya pedagang kaki tangan dan pedagang komisioner (Syahyuti, 2004).

Salah satu karakteristik komoditi pertanian yang sangat penting dalam mempelajari struktur pasar adalah sifat homogen dan massal. Sifat homogen mengidentifikasikan bahwa konsumen tidak bisa mengindikasikan sumber-sumber penawaran disubstitusi secara sempurna oleh produsen lainnya. Sifat massal memberikan indikasi bahwa jumlah komoditi pertanian yang dihasilkan seorang produsen dianggap sangat kecil dibandingkan jumlah komoditi total yang dipasarkan, sehingga produsen pertanian secara individual tidak dapat mempengaruhi harga yang berlaku di pasar dan bertindak sebagai penerima harga (*price taker*). Irawan (2003) menyatakan bahwa pasar produk pertanian membentuk segmen-segmen pasar spesifik menurut daerah dan kelompok konsumen akibat jenis komoditas dan preferensi konsumen yang beragam. Besarnya volume permintaan pada setiap segmen pasar seharusnya menjadi acuan bagi petani dalam merencanakan jenis komoditas dan banyaknya produksi yang harus dihasilkan menurut kualitasnya. Dengan kata lain, informasi tentang segmen pasar yang menyangkut jenis komoditas, lokasi pasar, volume permintaan dan kualifikasi mutu yang dibutuhkan konsumen sangat diperlukan petani untuk merencanakan produksinya. Namun informasi ini pada umumnya masih sulit diperoleh petani karena belum ada lembaga yang mengumpulkan dan mensosialisasikannya secara efektif kepada petani.

Berdasarkan karakteristiknya, terdapat empat karakteristik pasar yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga kopi di pasar:

- 1) Jumlah dan besar penjual dan pembeli. Apakah penjual relatif banyak sehingga tidak terdapat seorang penjual pun yang dapat mempengaruhi harga;
- 2) Keadaan produk yang diperjualbelikan. Apakah produk tersebut homogen, berbeda corak atautkah produk tersebut unik sehingga tidak ada penjual lain yang dapat mensubstitusikan produk yang dijual tersebut;
- 3) Kemudahan keluar dan masuk pasar;
- 4) Pengetahuan konsumen terhadap harga dan struktur biaya produksi. Pada umumnya karakteristik jumlah penjual dan keadaan komoditi yang diperjualbelikan merupakan karakteristik utama dalam menentukan struktur pasar (Sudiyono, 2001).

Berdasarkan aspek penawaran, pasar diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli, dan pasar monopoli. Sedangkan dari sisi permintaan, pasar dibagi menjadi pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopsoni, dan pasar monopsoni.

BAB III. METODE PENELITIAN.

3.1. Jenis penelitian

Jenis penelitian tentang jaringan pemasaran kopi rakyat di Kabupaten Jember adalah penelitian kualitatif yang mengandalkan teknik pengamatan dan wawancara mendalam atau *indept interview* baik kepada petani kopi rakyat maupun kepada tengkulak maupun pengepul dan bahkan kepada pengijon. Tentu ini memerlukan waktu yang cukup dengan curahan perhatian mendalam dan seksama, , disamping pengamatan yang mendalam terutama dalam memahami perilaku petani kopi rakyat, tengkulak, pengepul dan bahkan pengijon. Disamping itu juga dilakukan wawancara mendalam kepada pemangku kepentingan terumana pengambil kebijakan dalam hal ini dinas perkebunan Kabupaten Jember.

3.2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah Kabupaten Jember.. Pemilihan daerah penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa Kabupaten Jember ini merupakan daerah yang sangat potensial bagi pengembangan tanaman kopi khususnya kopi rakyat.

3.3. Analisis Data

Informan ditentukan berdasarkan kebutuhan peneliti baik dari kalangan petani kopi, tengkulak, pengepul atau pedagang bahkan pengijon, disamping pemangku kepentingan seperti Dinas Perkebunan kabupaten Jember.. Adapun penentuan informan dengan menggunakan teknik *snowballing* yaitu suatu teknik yang dipakai dalam penelitian kualitatif dengan cara menentukan informan kunci selanjutnya berdasarkan informasi terakhir yang direkomendasikan untuk dijadikan informan.

Kegiatan *Focus Group Discussion* dilakukan untuk mendiskusikan berbagai persoalan petani kopi rakyat dengan para pemangku kepentingan. Diharapkan melalui FGD ini dapat dirumuskan model jaringan pemasaran kopi rakyat di Kabupaten Jember.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data (Moleong, 1991) teknik taksonomi juga dipergunakan dalam penelitian ini.

Analisis domain merupakan analisis yang juga dipergunakan dalam penelitian ini. Analisis domain adalah kegiatan analisis yang diawali kegiatan identifikasi dan menempatkan peneliti dalam medan observasi partisipasi, pencatatan data etnografis dan penyusunan diskripsi hasil observasi. Demikian pula analisis taksonomis akan dipergunakan dalam penelitian ini. Analisis taksonomis merupakan analisis yang disertai dengan analisis domain karena pemahaman bagian ataupun elemen dan kemungkinan cirri hubungannya mesti dilakukan dengan cara mencari pilihan/taksonomi raw material yang dihadapi (Bakri, 2003) .

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Produksi Kopi Rakyat

Situasi kopi dunia sebetulnya masih sangat menjanjikan bagi usaha perkebunan kopi walaupun saat ini harga kopi cenderung menurun, namun sebetulnya masih jauh lebih baik daripada saat krisis kopi. Indikator menjanjikan ini dapat dilihat dari stok kopi dunia terhadap konsumsi yang terus mengalami pelemahan. Hal ini disebabkan semakin naiknya jumlah konsumsi kopi yang tidak hanya di negara-negara importir pemain lama, tetapi juga di negara-negara produsen dan konsumen baru yang kenaikannya justru sangat tinggi. Dalam kurun waktu tahun 2000-2011, konsumsi internal di negara-negara produsen meningkat hingga 60,8% dan di negara-negara konsumen baru berada pada level yang berbeda sedikit yaitu 59,2%. Belum sampai disitu, jika Cina yang dikenal selama ini sebagai negara peminum teh

beralih ke kopi, maka dengan produksi dunia yang cenderung stagnan seperti saat 10 tahun terakhir ini ini, naka dapat dipastikan harga kopi dunia akan jauh melambung (Sumirat, 2013).

Mayoritas perkebunan kopi di Indonesia dikembangkan oleh rakyat. Produksi kopi di perkebunan rakyat selama ini masih relatif rendah dibandingkan dengan negara tetangga seperti Vietnam. Produksi kopi di Vietnam sudah mencapai 2 ton per hektar. Produktivitas kopi kebun rakyat di Indonesia rata-rata hanya menghasilkan sekitar 600 kg per hektar. Di sisi lain, permintaan kopi terus meningkat. Kalangan industri kopi dalam negeri banyak mengimpor bahan baku kopi dari Vietnam.

Pemerintah telah melakukan upaya serius untuk membenahi sektor hulu kopi. Para petani kopi harus mendapatkan peningkatan kapasitas dalam *good agriculture practice* (teknik budidaya yang baik). Dengan GAP diharapkan produksi kopi bisa meningkat. Penyebab stagnasi produksi kopi nasional bukan hanya disebabkan oleh rendahnya produktivitas kopi, namun ada pula faktor konversi lahan dari kebun kopi ke kebun komoditas yang lain.

Di sisi lain, praktek budidaya yang diterapkan oleh sebagian besar petani masih belum memenuhi standar budidaya yang baik walaupun kopi telah ditanam turun temurun. Penggunaan bahan tanam asal masih menjadi pokok persoalan di kopi rakyat. Penggunaan bahan tanam unggul kopi Robusta sangat identik dengan petani yang lebih maju karena sebagian besar dilakukan dengan cara sambungan ruas cabang produksi untuk mempercepat perolehan daya hasil. Oleh karena itu, petani tersebut harus memelihara sambungannya dengan cara rutin melakukan pangkasan walau pun teknik yang digunakan sebagian besar masih kurang tepat.

Juga petani masih relatif rendah kesadaran akan pentingnya peremajaan pohon tua. Pohon kopi tua di Kabupaten Jember diperkirakan mencapai 50%. Kondisi ini terkait dengan kebiasaan petani kopi yang masih saja mempertahankan tanaman kopi selama masih dapat mengeluarkan buah walau pun sebetulnya potensi produksi tanaman tersebut sudah berada dibawah ambang ekonomis. Praktek Gap yang masih belum standar di petani akan lebih terlihat ketika diungkap praktek budidaya lainnya mulai dari pemupukan yang tidak memadai, pengendalian hama dan penyakit dengan cara-cara yang merusak lingkungan, tidak dilakukannya praktek konservasi lahan berupa teras di wilayah-wilayah dengan kemiringan lahan yang tinggi, hingga penanganan panen dan pasca panen yang buruk yang mengakibatkan kualitas biji level bawah. Padahal serangkaian teknologi GAP yang telah

disesuaikan dengan kondisi bentang alam Indonesia sebetulnya sudah disediakan dengan baik.

Akibat produksi yang relatif stagnan, sektor hilir kopi di Indonesia terancam kekurangan pasokan bahan baku. Sebab sektor hilir kopi, baik industri pengolahan maupun kuliner kopi, belakangan ini tumbuh cukup pesat.

Produksi kopi Jember pada tahun 2010 mencapai 22.080,47 Kw, sedangkan produksi tahun 2011 sebesar 28.961,79 Kw. Kecamatan penghasil kopi terbesar adalah Kecamatan Silo sebesar 12.750,22 kw, diikuti oleh Kecamatan Sumberjamber sebesar 2.725,56 kw, Kecamatan Ledokombo: 2.563,27 kw, Kecamatan Sukorambi: 2.402,97 kw.

4.2. Jaringan Pemasaran Kopi Rakyat

Harga kopi di Jember tidak ditentukan oleh pasar. Tengkulaklah yang paling dominan dalam perniagaan kopi di Kabupaten Jember pada umumnya. Petani kopi tak berdaya mengatasi harga oligopoli tengkulak ini. Sementara harga sarana produksi seperti pupuk, obat pembasmi hama dan lain-lain tidak bisa didikte. Dalam posisi tawar yang sangat lemah seperti itu, akhirnya yang terpenting bagi petani kopi Jember adalah kopi mereka dapat terjual kepada para tengkulak, berapa pun harganya.

Hanya sebagian kecil saja dari kopi rakyat Jember yang mampir ke rumah-rumah industri. Itu pun terbatas dan pengolahannya sederhana sekali. Setelah disortir apa adanya, kopi pun dimasukkan ke penggorengan wajan atau kuali, kemudian setelah itu digiling halus. Peredaran kopi rakyat tak bermerk seperti itu terbatas di daerah produksinya masing-masing. Tak ada standarisasi mutu di sini. Taste produk beranekaragam, meski jenis kopinya sama.

Pasar kopi secara keseluruhan bermuara pada pabrikan, pengusaha, dan eksportir tertentu sebagai pembeli akhir sesuai tingkatannya. Belum adanya informasi yang menjamin terhadap kontinuitas permintaan dan penawaran (kualitas dan jumlah dari produsen dan konsumen sehingga harga seringkali merugikan salah satu pihak, akibatnya tercipta iklim usaha yang kurang kondusif).

Sistem perdagangan dalam negeri yang menganut sistem pasar bebas (*free market*) melalui berbagai saluran pemasaran (*marketing channels*) dewasa ini kurang menguntungkan bagi petani kopi. Sistem perdagangan kopi di dalam negeri tidak dapat dibatasi oleh wilayah administratif sehingga menyebabkan terjadinya migrasi berbagai jenis kopi antar daerah, kabupaten maupun propinsi. Kondisi demikian dapat menyebabkan penurunan kualitas dan harga kopi di suatu wilayah tertentu. Permasalahan lain yang timbul akibat sistem

perdagangan dan pemasaran bebas yang telah berlangsung selama ini antara lain harga dan kualitas belum seluruhnya transparan dan dipahami sehingga posisi tawar petani kopi lemah, petani lebih suka menjual kepada pedagang (cepat dan mudah), masih terdapat ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan kopi, baik dalam jumlah maupun kualitas, standar kualitas kopi belum dapat diimplementasikan secara optimal, penawaran dan harga tidak stabil dan kualitas tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

Sama beratnya dengan persoalan bahan tanam asalan dalam kegiatan budidaya kopi, kesadaran akan pentingnya peremajaan terhadap pohon tua juga rendah. Jumlah pohon tua yang ada di Kebun kopi Jember diperkirakan mencapai 50%. Praktek GAP yang masih belum standar di petani akan lebih cepat terlihat ketika diungkap praktek budidaya lainnya mulai dari pemupukan yang tidak memadai, pengendalian hama dan penyakit dengan cara-cara yang merusak lingkungan, tidak dilakukannya praktek konservasi lahan berupa teras di wilayah-wilayah dengan kemiringan lahan yang tinggi, hingga penanganan panen dan pasca panen yang buruk yang melahirkan kualitas biji level bawah.

Perbaikan teknik budidaya yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan produktivitas adalah pemupukan dan pangkasan. Pemupukan di tingkat petani dapat dikatakan tidak terlaksana dengan baik, bahkan masih cukup banyak yang tidak melakukannya sama sekali. Tentu praktek ini menyebabkan daya dukung tanaman untuk menyokong pembuahan menjadi lemah, belum lagi harus berbagi untuk mempertahankan kelangsungan hidup tanaman melalui regenerasi bagian vegetatif. Rekomendasi pemangkasan model pangkasan di Indonesia sebetulnya bergantung pada banyak faktor yang bukan hanya semata-mata lebih tinggi daya hasilnya, tetapi juga jaminan kontinuitas produksi kopi antar tahun, kemudian perawatan, efisiensi tenaga kerja dan kondisi lingkungan. Namun apapun model pangkasan yang digunakan dari dua kelompok besar sistem pangkasan yaitu sistem batang tunggal dan batang ganda, perhatian utama lebih kepada bagaimana melakukannya dengan benar.

Jember sebagai kabupaten penghasil kopi yang cukup besar ternyata bertolak belakang dengan pendapatan petani yang tidak besar. Kebanyakan petani kopi Jember hanya sebagai *price taker* (penerima harga). Ini disebabkan *bergainning position* (posisi tawar) mereka masih rendah sehingga keuntungan yang mereka peroleh belum optimal. Posisi tawar yang rendah juga disebabkan jaringan pemasaran kopi di Jember masih terdapat rantai pemasaran yang panjang. Ada 3 rantai jaringan pemasaran yang terjadi.

1. Petani – Konsumen
2. Petani – Tengkulak – Pengumpul – Pengumpul Besar – Konsumen
3. Petani – Pengumpul – Pengumpul Besar – Konsumen

Saluran Pertama.

Dalam saluran pertama hanya terjadi interaksi langsung antara petani dengan konsumen. Hal ini dilakukan petani kopi yang menjual Kopi Robusta di warungnya. Kopi Robusta tersebut bukan dalam bentuk biji melainkan dalam bentuk bubuk. Kopi bubuk ini hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar warungnya. Bahan dasar kopi bubuk tersebut tidak berasal dari biji Kopi Robusta kualitas nomor wahid tetapi dibuatnya dari biji Kopi Robusta yang tidak memenuhi syarat ekspor.

Saluran Kedua.

Tengkulak, pengumpul, dan pengumpul besar telah berperan dalam saluran pemasaran kedua. Pengumpul di Jember dibagi menjadi dua, yaitu pengumpul kecamatan dan pengumpul kabupaten. Untuk pengumpul besar masyarakat sering menyebutnya dengan *tokek*. *Tokek* umumnya perusahaan besar eksportir kopi yang berada di Kota Jember. Saluran kedua ini merupakan saluran yang sangat tidak menguntungkan bagi petani karena petani akan memperoleh harga yang sangat rendah, jauh dibawah harga pasar.

Saluran Ketiga.

Saluran pemasaran ketiga dipakai oleh petani yang tidak membutuhkan uang *cash* untuk memenuhi kebutuhan mendesaknya. Sehingga mereka tidak memakai jasa tengkulak. Petani umumnya memerlukan pupuk untuk tanaman kopinya. Disinilah peran pengumpul dibutuhkan. Kebanyakan pengumpul menawarkan jasa peminjaman pupuk. Untuk memperoleh pinjaman pupuk, petani harus setuju dengan syarat yang telah ditetapkan. Syaratnya, jika musim panen tiba petani harus menjual biji kopinya ke pengumpul yang memberi pinjaman pupuk. Berbeda dengan tengkulak, harga beli pengumpul disesuaikan dengan harga yang sedang berlaku di tingkat pengumpul.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- 1) Struktur pasar kopi rakyat di Kabupaten Jember berbentuk monopsoni atau oligopsoni dimana petani sebagai pihak penerima harga, sedangkan penentu harga adalah pedagang. Akibatnya petani tidak memperoleh keuntungan yang optimal, disebabkan lemahnya posisi tawar petani kopi
- 2) Petani menjual kopi dalam bentuk biji asalan ke pedagang pengumpul, kemudian pengumpul kopi menjual ke pedagang besar di pasar Dampit Malang.

5.2. Saran

Seharusnya ada kerjasama antara petani dengan para eksportir agar petani melakukan tata kelola perkebunan kopi dengan baik dan benar sehingga dihasilkan kualitas biji kopi yang terbaik dan juga produktivitasnya juga meningkat terus. Di sisi lain eksportir akan membeli kopi rakyat dengan harga pasar, sehingga petani memperoleh penghasilan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakri, Masykuri, 2003, *Metode Penelitian Kualitatif*, Malang: Universitas Islam Malang
- Beierlein, James G dan Michael W. Wooloverton, 1991, *Agribusiness Marketing*, Ner jersey; Prentice Hall Inc.
- Moleong, Lexy J., 1991, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrolm* Penerjemah: Markus p. Widodo, Jakarta: PT Prenhallindo
- Lamb, Hair and Daniel, 2001 *Pemasaran Jisid I*, Edisi Pertma, Jakarta: Salemba Empat

