



**EFISIENSI TATANIAGA SALAK PONDOH (*SALAOCA
EDULIS*) DESA PURWOHARJO KECAMATAN
AMPELGADING KABUPATEN MALANG**

(SKRIPSI)

**Oleh:
ADE SUKMA PANEMUAN
217.01.03.2.038**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

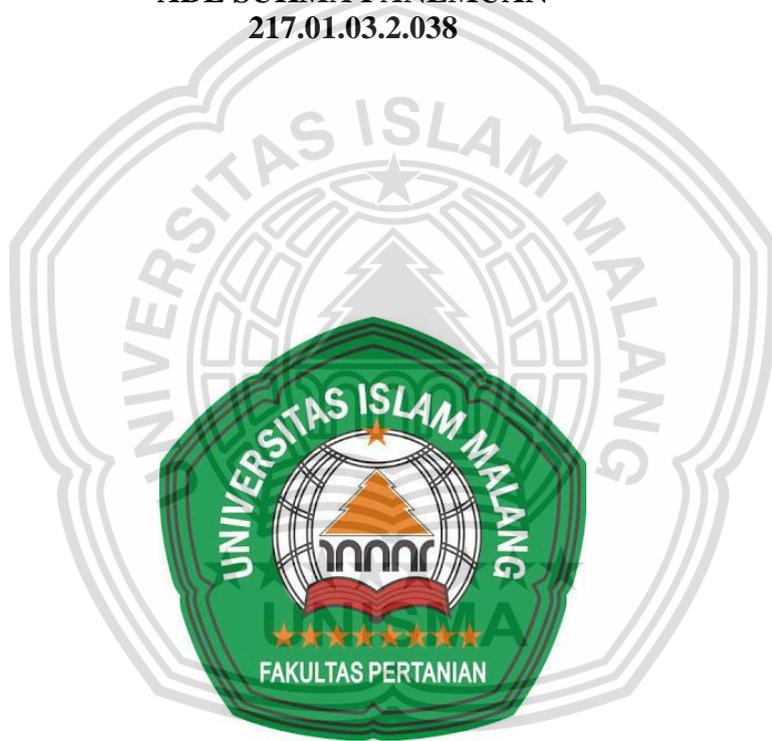
2021



**EFISIENSI TATANIAGA SALAK PONDOH (*SALAOCA
EDULIS*) DESA PURWOHARJO KECAMATAN
AMPELGADING KABUPATEN MALANG**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**Oleh:
ADE SUKMA PANEMUAN
217.01.03.2.038**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2021



Abstract

*Research on the analysis of the efficiency of tataniaga salak pondoh (*salaoca edulis*) Purwoharjo Village Ampelgading District malang. It has been completed from January 2020 to July 2021. The purpose of this study is, To identify and describe salak grammar channels. To identify and describe marketing activities and activities. To analyze the large margin, distribution of margin, share, and marketing efficiency formed at each salak salak pondoh system in Purwoharjo village of Ampelgading Subdistrict, Malang Regency. Research using surveys by jumping directly into the field by conducting interviews to farmers directly Sample taken with a direct survey where the number of population taken 36 respondents from 200 population, the data taken is primary and secondary data. The data collection method used in this research is to use descriptive analysis methods to identify the marketing channels. As for knowing the cost and margin of marketing at the level of marketing institutions in marketing channels, used cost analysis tools and profits of each marketing agency. Data analysis used in answering the purpose of research is the first goal is to use deskriptive analysis to decipher the results of observations on the ground in the form of sentences about marketing channels and marketing activities to answer the second goal of knowing the magnitude of marketing margins, farmer share, and efficiency of marketing channels.*

Keywords: Salak fruit, Marketing channels, marketing margins, the share of results that farmers receive.

Abstrak

Penelitian tentang analisi efesiensi tataniaga salak pondoh (*salaoca edulis*) Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang. Telah selesai dilaksanakan pada bulan Januari 2020 sampai Juli 2021. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah, Untuk mengidentifikasi dan mendiskripsikan saluran tataniaga salak. Untuk mengidentifikasi dan mendiskripsikan aktifitas dan kegiatan pemasaran. Untuk menganalisis besar margin, Distribusi margin, *Share*, dan efesiensi pemasaran yang terbentuk pada setiap tataniaga salak salak pondoh di desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang. Penelitian menggunakan Survey dengan terjun langsung ke lapangan dengan melakukan wawancara kepada petani langsung Sample diambil dengan survey langsung dimana jumlah populasi yang diambil 36 responden dari 200 populasi, data yang di ambil merupakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam peneltian ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengidentifikasi gambaran mengenai fungsi-fungsi saluran pemasaran. Sedangkan untuk mengetahui biaya dan marjin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya merjin dan keuntungan tiap lembaga pemasaran. Analisis data yang digunakan dalam menjawab tujuan penelitian adalah tujuan pertama yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif untuk menguraikan hasil pengamatan dilapangan dalama bentuk kalimat tentang saluran pemasaran dan aktivitas pemasaran Untuk menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui besar marjin pemasaran, farmer share, dan efisiensi saluran pemasaran.

Kata kunci: Buah salak, Saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian hasil yang diterima petani.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan produk hortikultura merupakan salah satu aspek pembangunan pertanian. Tanaman yang termasuk dalam hortikultura yaitu sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan obat-obatan. Fungsi tanaman hortikultura selain sebagai penghasil bahan pangan tetapi juga memiliki fungsi yang lain. Secara sederhana fungsi lain tersebut dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu sebagai fungsi penyedia pangan, fungsi ekonomi, fungsi kesehatan dan fungsi sosial budaya (Ginting, 2019).

Salah satu produk tanaman hortikultura yang dapat dikembangkan di Indonesia yang memenuhi keempat fungsi di atas dan diharapkan dapat mendukung sektor pertanian sebagai sektor penyokong perekonomian di Indonesia adalah tanaman buah-buahan. Permintaan produk buah-buahan di pasar dunia cenderung (viral) terus meningkat dari tahun ke tahun. Pola perdagangan buah-buahan internasional antara lain ditentukan oleh tingkat konsumsi komoditas tersebut di setiap negara di dunia. Pada dasarnya, tingkat konsumsi buah-buahan di suatu negara dipengaruhi oleh empat faktor penentu, yaitu jumlah penduduk dan tingkat pendidikan atau kemajuan, pendapatan konsumen dan pemerataan pendapatan, harga buah-buahan dan pengganti (substitusinya), serta preferensi konsumen terhadap buah-buahan. Sebagai salah satu komoditas hortikultura telah mendapat perhatian serius dari pemerintah. Pengembangan buah-buahan yang disyaratkan pemerintah dilakukan baik dalam peningkatan kualitas produksi melalui peningkatan budidaya dan sistem tataniaga hortikultura yang efisien. Pasar buah-buahan dalam negeri sekarang sudah banyak dan sektor

ini juga yang berguna untuk mendongkrak citra Indonesia di mata dunia

Salak adalah salah satu tanaman buah-buahan asli Indonesia yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat. Sampai saat ini banyak dijumpai jenis salak yang berkembang luas dan agak spesifik dikaitkan dengan daerah pembudidayaannya, misalnya salak condet (Jakarta), salak padangsidempuan (Medan), salak pondoh (Banjarnegara, Wonosobo, Sleman/Yogyakarta), salak wedi (Bojonegoro), salak bangkalan 108 (Madura), salak kacuk (Malang), salak bali (Karangasem) dan sebagainya. Buah salak adalah salah satu jenis komoditas yang banyak ditanam di Indonesia dan pada khususnya di Kabupaten Malang. Tanaman salak sudah sejak dahulu menjadi tanaman asli dan berkembang di Kabupaten Malang. Pengembangan salak pondoh di Malang dengan cara perkembangbiakan vegetatif, dengan tetap mempertahankan tanaman salak jantan dari tanaman asli (cangkok). Lokasi tanaman salak pondoh di Kabupaten Malang tersebar di Kecamatan Ampelgading, Beberapa kecamatan lain belum dapat dijadikan sebagai sentra, namun potensi lahan dan kondisi lingkungan sangat mendukung (Semeru, 1995).

Pasar merupakan salah satu syarat yang esensial bagi kemajuan pembangunan pertanian. Demikian pula halnya bagi produk hortikultura (sayuran dan buah-buahan), kegiatan pemasaran merupakan aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Bukan berita baru bahwa para ibu rumah tangga sering dikejutkan oleh naiknya harga sayuran (cabe, wortel, bawang merah, dan lain-lain) yang mencapai 200-300 persen. Di sisi lain, kita sering mendengar dan membaca bahwa harga sayuran dan buah-buahan sewaktu-waktu jatuh terutama di daerah pedesaan. Fluktuasi harga sayuran tidak saja terjadi pada periode bulanan, harian, bahkan dalam satu hari dapat terjadi tiga kali fluktuasi harga. Sering pula kita

menyaksikan adanya sayuran dan buah-buahan yang tidak terjual dan membusuk apabila tiba-tiba pasar menjadi seret dan tidak mampu atau tidak mau menampung semua yang telah dihasilkan petani. Kenyataan di atas menunjukkan betapa pemasaran/tataniaga hortikultura menghadapi masalah yang belum dapat teratasi dengan baik. Peranan lembaga pemasran biasanya sesuai dengan kemampuan pembiayaan yang dimiliki, dimana akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda-beda, ka-rena perbedaan inilah biaya dan keuntungan pemasran menjadi berbeda setiap lembaga pemasran (Soekartawi 1989).

Dalam banyak kenyataan sering dijumpai adanya kelemahan dalam mengembangkan produk- produk pertanian yang salah satunya disebabkan kurang perhatian terhadap pemasaran mengakibatkan efisiensi pemasaran menjadi rendah. Dalam banyak kenyataan hal ini juga disebabkan tingginya biaya pemasaran, Berbagai macam komoditi pertanian, lokasi pemasaran, macam dan peranan lembaga pemasaran adalah variabel-variabel yang diduga sebagai penyebab tingginya biaya pemasraan (Soekartawi, 1993). Produksi dan pemasaran mempunyai ketergantungan yang sangat erat. Produksi yang meningkat tanpa didukung oleh sistem pemasaran yang dapat menampung hasil dengan tingkat harga yang layak tidak akan berlangsung lama. Efisiensi sistem pemasaran hasil pertanian masih rendah sehingga kemungkinan untuk ditingkatkan masih besar (Murbyarto, 1995). Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran tidak dapat digunakan sebagai ukuran untuk menentukan efisien atau tidaknya suatu sistem pemasaran (Mubyarto, 1989).

Tetapi tidak semua konsumen akhir mendapatkan harga yang sama pada setiap pembelian produk. Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian mengenai analisis efisiensi pemasaran salak di Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang.

Tabel 1. Produksi Salak (Ton) Provinsi Jawa Timur Tahun 2016-2020.

NO	TAHUN	PRODUKSI (TON)
1	2016	73 741
2	2017	97 164
3	2018	101 943
4	2019	102 283
5	2020	136914

Sumber : Badan Pusat Statistic, Provinsi Jawa Timur ,2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa produksi salak di Jawa Timur selama 5 tahun terakhir mengalami peningkatan. Dapat dilihat di tabel dari tahun 2016 yaitu sebesar 73 741 Ton, sedangkan untuk produksi salak pada tahun 2020 yaitu sebesar 136 914 Ton. Hal ini dapat dilihat bahwa hasil produksi dai tahun 2016 dan 2020 mengalami peningkatan karena sebagian daerah di provinsi jawa timur berpotensi di tanami komoditi salak.

Tabel 2 Produksi Salak (Ton) Kabupaten Malang 2016-2020.

NO	TAHUN	PRODUKSI (TON)
1	2016	28.725
2	2017	50.919
3	2018	55.144
4	2019	55.155
5	2020	56.820

Sumber : Badan Pusat Statistic Kabupaten Malang, 2020

Memperlihatkan bahwa produksi salak dikabupaten malang mengalami sedikit kenaikan. Menurut Dinas Pertanian Kabupaten Malang, tanaman salak sangat berpotensi dan dapat dikembangkan . Namun, dapat dilihat pada tabel 2 bahwaproduksi salak mengalami penurunan pada tahu 2016 sebesar 28.725 Ton .

Produksi salak tertinggi berada pada tahun 2020 yaitu sebesar 56.820 Ton.

Perkembangan salak di Ampelgading dengan cara pengembangan kultur jaringan. Lokasi tanaman salak di Kabupaten Malang tersebar di Kecamatan Ampelgading Sebagai penyumbang produksi salak pondoh yang besar sudah saatnya salak pondoh di kecamatan Ampelgading mampu meningkatkan pendapatan petani dan juga mampu meningkatkan citra di Kecamatan Ampelgading sebagai penghasil salak pondoh. Menurut Kusumo, permintaan terhadap buah salak pondoh dari pasar lokal dan nasional dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain. Meningkatnya jumlah penduduk yang berminat pada buah salak, tingkat harga salak dipasar eceran, tingkat harga buah-buahan lainnya dan, tingkat pendapatan konsumen buah salak. Tataniaga merupakan salah satu subsistem yang penting dalam keberhasilan usahatani.

Tataniaga produk hortikultura cenderung kurang efisien karena biasanya mempunyai rantai tataniaga yang panjang, rantai tataniaga yang panjang cenderung mempengaruhi kualitas produk, besarnya margin tataniaga dan harga produk ditingkat petani maupun ditingkat konsumen. Oleh karena itu, salah satu cara untuk meningkatkan harga ditingkat petani adalah dengan mencari rantai tataniaga yang paling efisien. Harga yang tinggi ditingkat petani akan mendorong petani untuk memproduksi salak madu karena dengan harga yang tinggi maka menguntungkan untuk diusahakan. Berdasarkan survei dilapangan maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Analisis Efisiensi Tataniga Salak” yang nantinya bisa dijadikan bahan rujukan untuk meningkatkan produksi salak

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran tataniaga salak pondoh di desa Purwoharjo

,Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang?

2. Bagaimana aktifitas dan kegiatan pemasaran salak di desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang?
3. Berapa besar margin tataniaga, Distribusi margin, *Share* dan efesiensi pemasaran yang terbentuk pada setiap tataniaga salak pondoh di desa Purwoharjo, Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi dan mendiskripsikan saluran tataniaga salak yang ada di desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang.
2. Untuk mengidentifikasi dan mendiskripsikan aktifitas dan kegiatan pemasaran salak pondoh di desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang.
3. Untuk menganalisis besar margin, Distribusi margin, *Share*, dan efesiensi pemasaran yang terbentuk pada setiap tataniaga salak di desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang

1.4 Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian dilakukan di Purwoharjo, Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang
2. Komoditi yang di analisis dalam penelitian ini adalah buah salak pondoh.
3. Responden dalam peneltian ini adalah petani salak dan pedagang pengepul di Desa Purwoharjo, Kecamatan Ampelgading, Kabupaten Malang.
4. Analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *margin share*, efesiensi pemasaran, *farmer share*, *margin* tataniaga, rasio keuntungan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Petani

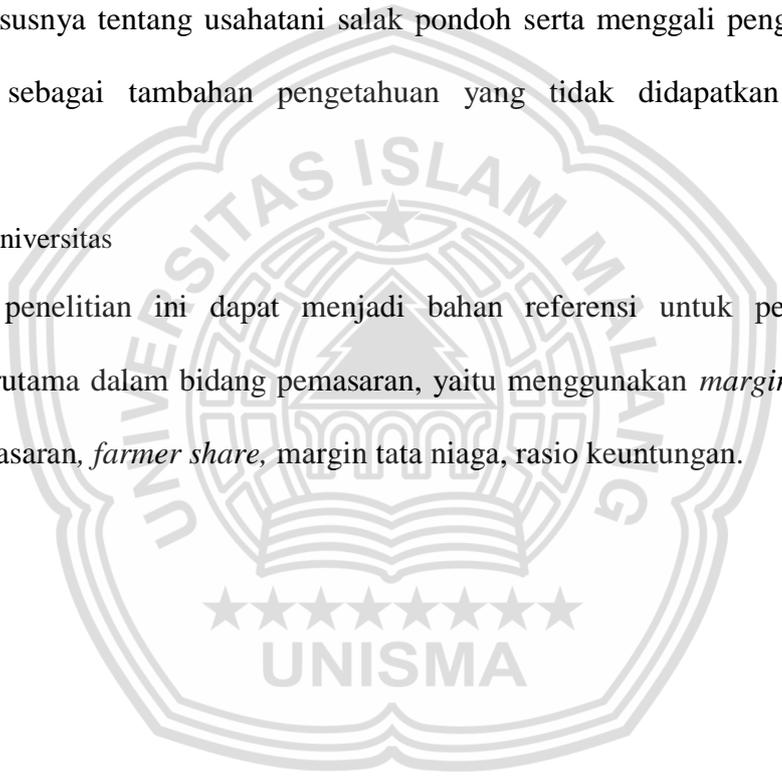
Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi pelaku usahatani salak dalam memasarkan dan mengembangkan hasil usahatannya untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan secara nyata di bidang pertanian khususnya tentang usahatani salak pondoh serta menggali pengalaman di lapangan sebagai tambahan pengetahuan yang tidak didapatkan dalam perkuliahan.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian berikutnya terutama dalam bidang pemasaran, yaitu menggunakan *margin share*, efisiensi pemasaran, *farmer share*, margin tata niaga, rasio keuntungan.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Efisiensi Tatanaga tentang Salak Pondoh di Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran Salak Pondoh di Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang terdiri dari 3 saluran pemasaran yaitu saluran pertama petani - tengkulak - pedagang besar - pengecer, saluran pemasaran ke dua yaitu petani - pedagang besar - pengecer , dan saluran ke tiga yaitu petani - pengecer.
2. Aktifitas pemasaran yang terjadi pada setiap saluran pemasaran di Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang yaitu pembelian, penjualan, tenaga kerja (Bongkar muat), pengemasan, transportasi.
3. Berdasarkan hasil penelitian margin pemasaran saluran I sebesar Rp. 3668 sedangkan saluran pemasaran II sebesar Rp. 2919 dan saluran pemasaran ke III yaitu Rp 888. Dan *Share* petani pada saluran I sebesar 44,8%, saluran II sebesar 57,9%, saluran III sebesar 83,9%. Harga konsumen akhir pada saluran I sebesar Rp. 6641, saluran II sebesar Rp.5275, saluran III sebesar Rp. 5338. Dari hasil analisa saluran III yang lebih efisien.

Untuk nilai integasi pasar struktur pasar salak pondoh menunjukkan bahwa bahwa setruktur pasar pada aliran pemasaran salak pondoh di Desa Purwoharjo merupakan pasar oligopoli yang dimana nilai koevisien

regresi < 1 dan dimana ciciri dari pasar oligopoli yaitu penjual lebih dari satu orang.

Nilai elastisitas pemasaran I,II dan III belum efisien dikarenakan nilai $ET < 1$ yang artinya jika harga salak pondoh naik sebesar 1% ditingkat pengecer maka akan meningkatkan harga produsen, untuk nilai $Et > 1$ menunjukkan bahwa harga pemasaran salak pondoh saluran II dan III belum efisien dikarenakan elastisitas harga $Et > 1$ yang artinya perubahan harga naik 1% ditingkat pengecer maka akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% ditingkat produsen,

6.2 Saran

1. Perlunya mengetahui informasi pasar yang lebih transparan mengenai harga agar petani mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas salak pondoh
2. Petani sebaiknya membentuk gapoktan salak pondoh agar dapat memperkuat posisi penawaran harga terhadap pedagang dan pemasaran. Dengan cara melakukan penjualan bersama salaknya akan meningkatkan harganya.
3. Untuk kelompok tani yang ada di Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang dijadikan gapoktan. Dengan adanya lembaga gapoktan sehingga pemasaran buah salak yang dilakukan efisien dan sluran pemasaran tidak begitu panjang

DAFTAR PUSTAKA

- Abdus Syukur (2018) Efesiensi Pemasaran, Wortel, Desa Tulungrejo.
- Ashari, Semeru. 1995. Hortikultura, Aspek Budidaya. Penerbit UI. Jakarta
- Asmarantaka, R. W. (2012). *Pemasaran agribisnis (agrimarketing)*. Departemen Agribisnis, FEM-IPB.
- Asmarantaka, R. W., & Oktaviani, R. (2009). Gejolak Harga Komoditas Pangan Internasional: Dampak dan Implikasi Kebijakan Bagi Ketahanan Pangan Indonesia. *Jurnal Agribisnis Dan Ekonomi Pertanian*, 3(1).
- Azhara, S. (2019). *Analisis Integrasi Pasar Bawang Merah (Allium cepa L.) Antara Pasar Induk Tuntungan dengan Level Pasar Pengecer (Studi Kasus: Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan)*.
- Azzaino, Z. (1982). Pengantar tataniaga pertanian. *Departemen Pertanian Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, IPB. Bogor.*
- Cahyo, A. D. (2016). *ANALISIS TATANIAGA SALAK PONDOH (Salacca edulis Reinw) DI DESA SIGEBLOG, KECAMATAN BANJARMANGU, KABUPATEN BANJARNEGARA. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO.*
- Desiana, C., Rochdiani, D., & Pardani, C. (2017). Analisis saluran pemasaran biji kopi robusta (suatu kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 3(2), 162–173.
- Dewi, A. (2014). *Analisis tataniaga salak pondoh di desa Wonokerto, kecamatan Turi, kabupaten Sleman.*
- George, P. S., & King, G. A. (1971). *Consumer demand for food commodities in the United States with projections for 1980* (Vol. 26). California Agricultural Experiment Station.
- Ginting, S. L. A. (2019). *ANALISIS TATANIAGA SALAK (Salacca Sp) DI DESA RUMAH LENGU KECAMATAN STM HULU, KABUPATEN DELI SERDANG.*
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (1999). *Essentials of econometrics* (Vol. 2). Irwin/McGraw-Hill Singapore.
- Hanafiah dan Saefudin A.M., 1986. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas

- Indonesia Press. Jakarta.
- Dahl, D.C dan Hammond. 1977. *Maket and Price Analysis The Agricultural Industries*. Mc Graw-Hill, Inc. Unted State.
- Kohls, R.L. dan Uhl J.N. 1985. *Marketing of Agriculture Products*. Sixth Edition. McMillan Publishing Company. New York.
- Kotler, P., & Turner, R. E. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (Vol. 9). Prentice hall Upper Saddle River, NJ.
- Limbong WM, Sitorus P. 1985. *Pengantar Tataniaga Pertanian Bahan Kuliah*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Limbong, W. H., & Sitorus, P. (1987). *Pengantar tataniaga pertanian. Bahan Kuliah. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.*
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi Ketiga LP3ES*, Jakarta
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).
- Nazaruddin, Kristiawati R. 1992. *18 Varietas Salak*. Depok (ID): Penebar Swadaya.
- Rahardi, F.,Yovita, Heti, Indriati., dan Haryono. 2003. *Agrobisnis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim, Abd dan Hastuti, Diah Retno.Pengantar, *Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*, 2008. Penebar Swadaya. Jakarta
- Rukmana, R. (1999). *Salak; Prospek Agribisnis Dan Teknik Usaha Tani*.
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City
- Soekartawi, 1989, *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*, Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Soekartawi, I. (1991). *Pengantar Ekonomi Mikro Dan Makro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Soekartawi, 1993. *Risiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis*.Bpfe.Jakarta.
- Sudiono, H. S. H., Suseno, R., & Sosromarsono, S. (2001). *Deteksi molekuler dan uji kisaran inang virus gemini asal tanaman tomat. Prosiding Kongres Dan Seminar*

Nasional Perhimpunan Fitopatologi Indonesia XVI.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tama, Y. F., Jumantri, J., & Cepriadi, C. (2014). *Analisis Usahatani Dan Pemasaran Salak Pondoh (salacca edulis reinw) Di Desa Rambah Baru Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu*. Riau University.

Tomek, W. G., & Robinson, K. L. (1990). *Agricultural Product Prices*, Cornell University Press. *Ithaca and London*.

