



**ANALISIS PEMASARAN BAUH NAGA DI DESA RINGINPITU  
KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelarr Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh

**OCTAVIA PUTRI ABELLIA**

**22001032010**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**2024**



**ANALISIS PEMASARAN BUAH NAGA DI DESA WRINGINPITU  
KECAMATAN TEGALDLIMO KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Oleh

**OCTAVIA PUTRI ABELLIA**

**22001032010**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**2024**

## RINGKASAN

**Octavia Putri Abellia (22001032010) Analisis Pemasaran Buah Naga Di Desa Wringinpitu Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi. Dosen Pembimbing 1. Dr. Ir Zainul Arifin, Mp. 2. Dr. Dwi Susilowati, Sp., Mp.**

---

Salah satu pertanian yang menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat Indonesia adalah pembangunan subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Subsektor ini diharapkan mampu meningkatkan produksi dan kesejahteraan petani yang dicapai melalui upaya peningkatan pendapatan, produksi, dan produktivitas usaha. Komoditas hortikultura yang memiliki prospek agribisnis yang baik salah satunya yaitu di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi memiliki prospek yang baik yaitu buah naga. Buah naga merupakan komoditas yang berasal dari negara Amerika Latin. Kabupaten Banyuwangi secara geografis merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas pertanian khususnya tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Buah naga merupakan tanaman buah yang dikembangkan karena memiliki nilai jual dan permintaannya tinggi dipasaran. Jenis buah naga yang ditanam adalah jenis buah naga super merah. Namun ada beberapa permasalahan yang terjadi dalam memproduksi buah naga para petani hanya mementingkan bagaimana dapat memperoleh hasil produksi yang tinggi tanpa perhitungan dalam pengeluaran modal yang sangat berpengaruh dalam tingkat keuntungan petani. Selain itu permasalahan yang terjadi di Desa Wringinpitu dalam memasarkan hasil panen umumnya petani menjual hasil panen kepada pedagang tengkulak, namun dalam melaksanakan pembelian penetapan harga ditentukan dengan tawar menawar antara petani dan pedagang tengkulak. Kesepakatan harga yang terjadi seringkali menyebabkan harga ditetapkan oleh pedagang tengkulak karena lemahnya posisi tawar petani pada saat panen. Sementara pada kondisi demikian petani harus mengikuti mekanisme pasar. Kendala dalam pemasaran atau pendistribusian buah naga juga menyebabkan terjadinya perubahan harga. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi, serta menganalisis efisiensi pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wringinpitu, Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan cara sengaja (*puposive*), untuk responden yang menjadi sampel adalah petani buah naga, dengan jumlah sampel 40 petani buah naga. Penentuan sampel dilakukan dengan metode Simple Random Sampling (secara acak). Kemudian untuk sampel pedagang tengkulak sejumlah 4 orang, pedagang besar sejumlah 1 orang, dan pedagang pengecer sejumlah 4 orang pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Snowball Sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan informasi yang diperoleh dari petani, kemudian dari petani tersebut diperoleh informasi calon responden pemasaran yang pertama, selanjutnya dari responden pertama diperoleh informasi calon responden pemasaran kedua dan seterusnya.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan tentang Analisis Pemasaran Buah Naga Di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi maka saluran pemasaran buah naga di kabupaten banyuwangi terdapat 2 saluran pemasaran yakni :

- a) saluran pemasaran I (Petani – Pedagang Tengkulak – Pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir)
- b) saluran pemasaran II ( petani – pedagang tengkulak – pedagang pengecer – konsumen akhir )

Berdasarkan hasil analisis diperoleh marjin total pemasaran saluran pemasaran I sebesar Grade A = 8.300 grade B = 11.150 grade C = 9.725 Sedangkan, saluran pemasaran II memiliki marjin sebesar Grade A = 5.300 grade B = 6.150 grade C = 4.745. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Farmer's share pada saluran pemasaran II memiliki nilai Farmer's Share  $\geq 40\%$  untuk grade A,B dan C, hal tersebut menunjukkan bahwa saluran pemasaran II telah efisien, sedangkan pada saluran I nilai Farmer's Share yang  $\geq 40\%$  hanya pada Grade A yaitu sebesar 62,27%. Berdasarkan hasil analisis nilai efisiensi pemasaran menunjukkan  $< 5\%$  baik buah naga grade A,B maupun C. Dilihat kriteria untuk dapat dikatakan efisien adalah apabila nilai EP  $< 5\%$  dan tidak efisien jika nilai EP  $> 5\%$  sehingga diketahui berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3 bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilainya  $< 5\%$  baik buah naga grade A, grade B, grade C. Namun yang lebih efisien pada saluran pemasaran II karena pada saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi yang lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran II. Selisih nilai efisiensi pada saluran pemasaran I dan II yaitu, grade A = 0,02% , grade B = 0,12% , grade C = 0,31%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada saluran pemasaran II grade A,B,C mempunyai nilai yang lebih signifikan dibandingkan dengan Saluran pemasaran I grade A,B,C.

Saran dari penelitian ini adalah diharapkan petani dapat menggunakan saluran pemasaran dua (II) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang lebih unggul di banding saluran pemasaran (I). dan juga nilai farmer's share lebih besar pada saluran pemasaran (II) dibanding saluran pemasaran (I), yang artinya saluran pemasaran (II) lebih efisien. Dan juga diharapkan petani buah naga di desa wringinpitu kecamatan tegaldlimo kabupaten Banyuwangi agar terus mengembangkan buah naga sehingga kedepannya pendapatan yang diperoleh lebih meningkat. Dan juga diharapkan pemerintah kabupaten Banyuwangi untuk memeperhatikan petani buah naga dan memberikan pelatihan yang mendukung usahatani buah naga.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris di mana pertanian memegang peranan penting pada perekonomian nasional. Mengimbangi semakin pesatnya laju pertumbuhan penduduk Indonesia. Dalam upaya membangun pertanian maka perlu peran pemerintah dalam hal kebijakan pertanian guna pencapaian pemerataan swasembada pangan. Sektor pertanian merupakan sektor yang diutamakan karena terkait dengan kesejahteraan petani (Imang 2019).

Salah satu pertanian yang menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat Indonesia adalah pembangunan subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Subsektor ini diharapkan mampu meningkatkan produksi dan kesejahteraan petani yang dicapai melalui upaya peningkatan pendapatan, produksi, dan produktivitas usaha (Antri Sianturi et al., 2020). Komoditas hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai potensi untuk dikembangkan, mengingat wilayah Indonesia yang sebagian besar cocok untuk tanaman hortikultura.

Komoditas hortikultura yang memiliki prospek agribisnis yang baik salah satunya yaitu buah naga. Buah naga merupakan komoditas yang berasal dari negara Amerika Latin. Kabupaten Banyuwangi secara geografis merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas pertanian khususnya tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Menurut (Kristanto, 2008) buah naga merupakan salah satu dari jenis kaktus hutan, daerah asal kaktus hutan yang buahnya berwarna merah dan bersisik. Memang buah naga berasal dari Amerika namun tanaman ini lebih dikenal sebagai tanaman dari Asia, ini disebabkan buah naga dikembangkan secara besar-besaran di Asia seperti Vietnam dan Thailand

Menurut pendapat (Pujiastuti & El'Zeba, 2021) buah naga memiliki beberapa jenis yaitu buah naga berdaging putih (*Hylocereus undatus*), buah naga berdaging merah (*Hylocereus polyrhizus*), buah naga berdaging super merah

(*Hylocereus costaricensis*), dan buah naga berkulit kuning dengan daging putih (*Selenicereus megalanthus*). Keempat jenis buah naga tersebut mempunyai keunggulan masing-masing dan mempunyai ciri yang berbeda sehingga mempunyai perbedaan nilai jual pada buah tersebut. Buah naga memiliki banyak keunggulan dan banyak manfaat. Keunggulan buah naga antara lain dalam hal budidaya, buah naga tergolong mudah tidak banyak perawatan dan iklim di Indonesia yang mendukung budidaya buah naga. Buah naga memiliki khasiat untuk kesehatan manusia, di antaranya ialah sebagai penyeimbang kadar gula darah, pencegah kanker usus, pelindung kesehatan mulut, serta pengurang kolesterol, pencegah pendarahan dan obat keluhan keputihan. Adanya khasiat tersebut disebabkan oleh kandungan nutrisi dalam buahnya yang sangat mendukung kesehatan tubuh manusia (Mardikaningsih et al., 2022). Hal ini artinya pertanian mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan dan kesehatan karna saling berkaitan untuk memanfaatkan bagi makhluk hidup.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pelanggan. Namun permasalahan di Desa Wringinpitu dalam memasarkan hasil panen umumnya petani menjual hasil panen kepada pedagang tengkulak, namun dalam melaksanakan pembelian penetapan harga ditentukan dengan tawar menawar antara petani dan pedagang tengkulak. Kesepakatan harga yang terjadi seringkali menyebabkan harga ditetapkan oleh pedagang tengkulak karena lemahnya posisi tawar petani pada saat panen. Sementara pada kondisi demikian petani harus mengikuti mekanisme pasar. Kendala dalam pemasaran atau pendistribusian buah naga juga menyebabkan terjadinya perubahan harga atau harga buah naga di Kabupaten Banyuwangi sering mengalami naik turun dalam hitungan jam. Kondisi diatas menimbulkan adanya beberapa saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam menyalurkan buah naga super merah ke produsen ke konsumen. Namun kenyataannya harga buah naga di Kabupaten Banyuwangi ditetapkan oleh petani pada Grade A, untuk Grade B dan C di tetapkan oleh pedagang tengkulak.

Saluran pemasaran antara satu dengan lainnya merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan sehingga masing-masing lembaga tersebut mendapatkan bagian harga masing-masing. Dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan disetiap lembaga pemasaran, tentu membutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran dikeluarkan untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh produsen agar produk yang telah dihasilkan dapat sampai ke konsumen.

Panjang pendeknya suatu saluran pemasaran dapat mempengaruhi matginnya, semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan maka semakin besar pula margin pemasarannya. Bagian harga yang diterima masing-masing lembaga pemasaran apabila pembagiannya adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta didalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang itu maka saluran pemasaran tersebut disebut efisien.

Di Kabupaten Banyuwangi memiliki tiga Desa yang berpotensi hasil panen buah naga paling banyak yaitu: Desa Glenmore, Desa Songgon, Desa Wringinpitu. Namun Desa di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki potensi dalam pengembangan buah naga paling unggul yaitu Desa Wringinpitu yang menjadi lokasi penanaman dan pengembangan buah naga. Menurut data BPS Banyuwangi pada tahun 2022 produksi buah naga di Desa Wringinpitu mencapai 20.000 - 30.000 ton per musim panen, untuk Desa Glenmore produksi buah naga mencapai 12.000 – 20.000 ton per musim panen, sedangkan pada Desa Songgon produksi buah naga mencapai 9.000 – 15.000 ton per musim panen. Buah naga merupakan tanaman buah yang dikembangkan karena memiliki nilai jual dan permintaannya tinggi dipasaran. Jenis buah naga yang ditanaman adalah jenis buah naga super merah yang memiliki ciri-ciri diantaranya mudah rusak jika disimpan terlalu lama, saat panen raya jumlah buah naga yang dihasilkan banyak akan tetapi harga buah naga rendah. Permasalahan yang terjadi dalam memproduksi buah naga para petani hanya mementingkan bagaimana dapat memperoleh hasil produksi yang tinggi tanpa perhitungan dalam pengeluaran modal yang sangat berpengaruh dalam tingkat keuntungan petani. Kabupaten Banyuwangi juga menjadi daerah yang terkenal dengan tingkat produksi buah naga tertinggi di Jawa Timur, dengan produksi hingga jutaan kwintal, memasok

diatas 95 %. Banyuwangi juga sudah dikenal sebagai pemasok terbesar buah naga di Indonesia. Menurut data BPS Banyuwangi menyumbangkan jutaan ton buah naga setiap tahunnya karena perkebunan yang sangat luas. Menurut data bps pada tahun 2022 produksi buah naga mencapai 2.723.247 kwintal.

Berdasarkan uraian di atas, di Kabupaten Banyuwangi khususnya di Desa Wringinpitu Sering ditemui bahwa kesepakatan harga yang terjadi seringkali menyebabkan harga ditetapkan oleh pedagang tengkulak karena lemahnya posisi tawar petani pada saat panen dan harga buah naga di Kabupaten Banyuwangi sering mengalami naik turun dalam hitungan jam. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Pemasaran Buah Naga Di Desa Wringinpitu Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi”**.

### **Kebaruan penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Aulia (2022) yang berjudul “Analisis Pemasaran Buah Naga Di Desa Tratak Nagodang Kecamatan Ujung Padang Kabupaten Simalungun”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin dan efisiensi pemasaran buah naga merah di desa tratak nagodang kecamatan ujung padang kabupaten simalungun. Dengan hasil terdapat dua saluran pemasaran dan saluran pemasaran yang paling efisien saluran pemasaran ke satu karena tingginya nilai farmer share dibandingkan dengan saluran ke dua. Penelitian yang dilakukan sekarang berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian sekarang menganalisis saluran pemasaran, dan juga efisiensi pemasaran namun terdapat juga analisis integrasi pasar dan elastisitas transmisi harga untuk mengetahui perubahan harga pada tingkat pasar yang lainnya dan mengetahui hubungan antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pengecer. Selain itu lokasi penelitian yang dilakukan di Desa Wringinpitu Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi merupakan perbedaan dengan penelitian sebelumnya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana saluran pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi?
2. Apakah pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi efisien?



### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui saluran pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi
2. Menganalisis efisiensi pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi

### 1.4 Batasan Penelitian

Supaya penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan yang di harapkan, tidak menyimpang dan terarah maka penelitian ini terbatas pada

1. Responden yang digunakan yaitu petani buah naga yang berada di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi
2. Penelitian ini membahas tentang analisis pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi.
3. Penelitian ini membahas tentang berapa besar margin pemasaran buah naga, berapa besar efisiensi pemasaran buah naga, serta saluran pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi.

### 1.5 Manfaat Penelitian dan Output Penelitian

Dari hasil penelitian telah memperoleh berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Beberapa manfaat yang baik dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Manfaat teoritis Manfaat bersifat teori akan didapatkan oleh pembaca. Secara teoritis hasil riset ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya dalam pendidikan agribisnis serta membantu pembaca untuk belajar dalam menganalisis pengambilan keputusan.
2. Manfaat praktis
  1. Sebagai bahan informasi yang dapat membantu para petani untuk mengetahui seberapa efisien sistem pemasaran buah naga.
  2. Manfaat untuk peneliti yakni penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan strata 1 jurusan Agribisnis.
3. Output Penelitian

Dari penelitian yang akan dilaksanakan, maka akan diperoleh output berupa tulisan artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal ilmiah SEAGRI.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan tentang analisis pemasaran buah naga di Desa Wringinpitu Kabupaten Banyuwangi maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

saluran pemasaran buah naga di kabupaten banyuwangi terdapat 2 saluran pemasaran yakni :

1. saluran pemasaran I (Petani → Pedagang Tengkulak → Pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir)
2. saluran pemasaran II ( petani → pedagang tengkulak → pedagang pengecer → konsumen akhir )

Berdasarkan hasil analisis diperoleh margin total pemasaran saluran pemasaran I sebesar Grade A = 8.300 grade B = 11.150 grade C = 9.725 Sedangkan, saluran pemasaran II memiliki margin sebesar Grade A = 5.300 grade B = 6.150 grade C = 4.745. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Farmer's share pada saluran pemasaran II memiliki nilai Farmer's Share  $\geq 40\%$  UNTUK grade A,B dan C, hal tersebut menunjukkan bahwa saluran pemasaran II telah efisien, sedangkan pada saluran I nilai Farmer's Share yang  $\geq 40\%$  hanya pada Grade A yaitu sebesar 62,27%. Berdasarkan hasil analisis nilai efisiensi pemasaran menunjukkan  $< 5\%$  baik buah naga grade A,B maupun C. Dilihat kriteria untuk dapat dikatakan efisien adalah apabila nilai EP  $< 5\%$  dan tidak efisien jika nilai EP  $> 5\%$  sehingga diketahui berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3 bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan efisien karena nilainya  $< 5\%$  baik buah naga grade A, grade B, grade C. Namun yang lebih efisien pada saluran pemasaran II karena pada saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi yang lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran II. Selisih nilai efisiensi pada saluran pemasaran I dan II yaitu, grade A = 0,02% , grade B = 0,12% , grade C = 0,31%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada saluran pemasaran II grade A,B,C mempunyai nilai yang lebih signifikan dibandingkan dengan Saluran pemasaran I grade A,B,C.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka ada beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Diharapkan petani dapat menggunakan saluran pemasaran dua (II) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi yang lebih unggul di banding saluran pemasaran (I). dan juga nilai farmer's share lebih besar pada saluran pemasaran (II) dibanding saluran pemasaran (I), yang artinya saluran pemasaran (II) lebih efisien.
2. Menggalakkan Program sosialisasi Pemasaran : Program sosialisasi untuk meningkatkan keterampilan dan kesadaran petani sekitar tempat penelitian perlu diperkuat untuk memberikan pengalaman yang lebih positif bagi petani.
3. Diharapkan petani buah naga di Desa Wringinpitu Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi agar terus mengembangkan buah naga sehingga kedepannya pendapatan yang diperoleh lebih meningkat. Dan juga diharapkan pemerintah kabupaten Banyuwangi untuk memeperhatikan petani buah naga dan memberikan pelatihan yang mendukung usahatani buah naga.
4. Peluang Tindak Lanjut (TL) untuk Dilakukan Menutupi Kelemahan dari Penelitian Ini:
  - a. Peneliti selanjutnya di harapkan dapat lebih memfokuskan lagi tema apa yang akan di teliti dalam suatu penelitian, sehingga hasil yang di dapatkan tidak jauh dari perkiraan penelitian.
  - b. Dalam membuat suatu karya ilmiah disarankan bagi peneliti selanjutnya dapat mencari tahu dan membaca bahan referensi lain yang lebih banyak lagi,sehingga dalam penelitian selanjutnya akan lebih baik dan mendapatkan ilmu pengetahuan yang lebih banyak dan pengetahuan baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Achirudin, 2021. *Analisis Pemasaran Bawang Merah (Allium cepa L) Lokal di Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Alifah Devy, Aprinaldi Pratama, & Tita Nursyamsiah. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3).
- Amin MM, Harisudin M, Setyowati 2016. *Analisis Margin Pemasaran Temulawak di Kabupaten Wonogiri*. *Jurnal Agrista*. Vol. 4 No. 3.
- Andoko, A. Z. dan H. Nurrasyid. 2012.5 *Jurus Sukses Hasilkan Buah Naga Kualitas Prima*. Cetakan 1. Agromedia Pustaka. Jakarta. 102 Hal.
- Antri Sianturi, M. J.,Lubis, Z., & Siregar, T. H. S. (2020). Analisis Usahatani dan Saluran Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Juhar Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 2 (2), 181–193. <https://doi.org/10.31289/agrisains.v2i2.299>
- Arafia, Aziza N. S. 2020. *Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Agribisnis Rumput Laut Di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep*. Thesis. Sekolah Pascasarjana. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Basu Swastha & Irawan. 2005 *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Cahyono, B. 2016. *Buku Terlengkap Sukses Bertanam Buah Naga*. Mina Pustaka. Jakarta. 104 Hal.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian Untuk Perencanaan*. Univesrsitas Indonesia Press, Jakarta.
- Darwin, Muhammad dkk. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Desiana, C., Rochdiani, D., dan Pardani, C. (2017). *Analisis Saluran Pemasaran Kopi Robusta Studi Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis*. *JIM Agroinfo Galuh*. 4(2), 162-173.
- Emil. (2011). *Buah Naga Unggul*. Lily Publisher. Jakarta.
- Hardjadinata, S. 2010, *Budidaya Buah Naga Super Red Secara Organik*, Penebar Swadaya. Jakarta. 96 Hal.
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian Universitas Lampung*. Bandar Lampung.
- Koestiono,D., & Agil, A. (2010). Analisis Efisiensi Pemasaran jeruk Manis. *Jurnal Agrise*, 10(1), 26-36. <http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/mapeta/article/viewFile/213/173>
- Kolter dan Amstrong. 2020. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Kompotindo Gramedia. Jakarta
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Retnowati, E., Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Strategi Pengembangan Usahatani Kabupaten Malang. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 21

- Nuriati, N. K. (2018). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10 (2), 512-522. doi: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20096>
- Nurwulandari dan Darwin. 2020. “ Metode penelitian pendekatan kuantitatif”. CV. Media Sains Indonesia.
- Pujiastuti, E., & El’Zeba, D.(2021). Perbandingan Kadar Flavonoid Total Ekstrak Etanol 70 % Dan 96 % Kulit Buah Naga Merah ( *Hylocereus*). *Cendekia Journal of Pharmacy*, 5(1), 28–43.
- Rahmi, E. dan B. Arif. 2012. *Analisis Transmisi Harga Jagung Sebagai Bahan Pakan Ternak Ayam Ras di Sumatera Barat*. Jurnal Peternakan Indonesia, ISSN 1907-1760. Vol. 14 (2). Fakultas
- Rosmawati, H, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal AgronobiS, Vol. 3, No. 5, Maret 2011ISSN: 1979 –8245X.
- Sudiyono A. 20017. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Sukirman, R. P. (2014). “Perbedaan Kematangan Emosi Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Komunitas MCL (Malang Cat Lovers)”. Skripsi, Universitas Islam Negeri, hlm. 49. <http://etheses.uin-malang.ac.id/810/>.
- Soekartawi, 2003. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana(2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F., 2014. *Pemasaran, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuliarti, N. (2012). *Bisnis Buah Naga dengan Memanfaatkan Lahan Sempit Rumah*. IPB Press.Bogor. 63 hal.

