

BAURAN PEMASARAN PENGOLAHAN KACANG METE DI UD. KARYA SUBUR DI DESA LUK KECAMATAN RHEE

Syahdi Mastar^{1*}, Nila Wijayanti², Jumi Awalia³

Fakultas Pertanian Universitas Samawa, Sumbawa Besar

mastarsyahdi2011@gmail.com^{1*}, aulyasya66@gmail.com², jumiawalia4@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran usaha kacang mete di UD. Karya Subur Kecamatan Rhee. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Mei 2021 di Desa Luk Kecamatan Rhee. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang membeli kacang mete UD. Karya Subur yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara atau kuesioner, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Dari hasil penelitian diketahui bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan pada produk yaitu memasarkan produk kacang mete rasa original. Penetapan harga menggunakan harga yang sesuai dengan harga pasaran dan juga memberi potongan harga. Tempat/saluran distribusi produk dilakukan secara langsung yaitu konsumen datang langsung ketempat usaha dan juga melalui pengecer. Promosi menggunakan media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan pemasangan baliho untuk mempromosikan kegiatan usahanya. Tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran berdasarkan masing-masing aspek sebagai berikut: (1) aspek produk kategori baik, (2) aspek harga kategori sangat baik, (3) aspek tempat kategori baik, (4) aspek promosi kategori baik dan dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. Karya Subur sudah berjalan dengan baik

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kacang Mete, UD. Karya Subur

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Pertanian masih menjadi tulang punggung perekonomian hingga saat ini. Salah satu sektor pertanian yang dikembangkan adalah sektor perkebunan. Pembangunan di sektor ini ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat dengan cara antara lain menjadikan perkebunan mampu bersaing dan berkelanjutan melalui pengembangan sistem agribisnis. Tanaman jambu mete apabila dikembangkan secara serius dapat memberikan manfaat secara ekonomi yang sangat besar, baik bagi masyarakat maupun bagi negara. Bagi masyarakat, pengembangan jambu mete dapat meningkatkan pendapatan dan dapat memberi lapangan

pekerjaan. Sedangkan bagi negara dapat memperoleh devisa dari ekspor jambu mete (Darsono, 2004).

Kabupaten Sumbawa terdapat sebuah usaha yang bergerak dibidang pengolahan biji jambu mete, tepatnya di Desa Luk Kecamatan Rhee nama usaha tersebut bernama UD. Karya Subur. UD. Karya Subur merupakan salah satu usaha pengolahan biji jambu mete menjadi kacang mete berkualitas yang siap untuk dikonsumsi. Usaha tersebut telah berdiri sejak tahun 2018 produk kacang mete yang disediakan oleh UD. Karya Subur merupakan kacang mete yang di produksi sendiri dengan membeli hasil panen jambu mete petani di wilayah Kabupaten Sumbawa dan sudah memiliki label sendiri yaitu Warby Mente. Pemasaran Warby Mete ini bukan hanya di Sumbawa saja, tetapi juga dipasarkan ke luar kota Sumbawa yaitu pengiriman Warby Mete ke kota Mataram. Keuntungan yang didapat dari hasil produksi sekitar Rp.1.125.000.000 pertahun (Sumber Wan karyawan, 2020).

Melihat peluang pasar yang cukup luas UD. Karya Subur mengembangkan usaha pengolahan kacang mete. Hal itu karena jambu mete di Sumbawa memiliki daya adaptasi yang sangat luas terhadap faktor lingkungan dan tanaman jambu mete banyak dikembangkan di daerah beriklim kering dan di lahan-lahan kritis. Selain sebagai tanaman penghijauan, hasil utama tanaman jambu mete adalah kacang mete yang termasuk komoditi mewah karena harganya yang mahal (Samadi, 2007).

Langkah selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam mengusahakan bisnis kacang mete diantaranya dengan menerapkan bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, tempat, dan promosi (Kotler, 1999).

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran kacang mete UD. Karya Subur.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Labuhan Sumbawa Kecamatan

Labuhan Badas tepatnya di usaha peternakan UD. SWAMI. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021.

Jenis Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu produk, harga, tempat/lokasi dan bentuk promosi pada UD. Karya Suubur. Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan prosedur pelaksanaan “Bauran pemasaran Pengolahan Kacang Mete Di UD. Karya Subur di Desa Luk Kecamatan Rhee”.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan dua jenis proses analisis data, yaitu analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

1. Deskriptif Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dari pengusaha dalam bentuk informasi maupun gambaran umum lokasi penelitian dan komponen bauran pemasaran.

2. Deskriptif Kuantitatif

Penelitian ini menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan di usaha kacang mete UD. Karya Subur dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan konversi data melalui Skala Likert.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran Pemasaran

1. Produk

Proses pengolahan jambu mete di UD. Karya Subur memiliki 6 tahap proses, adapun tahap tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pemisahan buah dari tangkai Biji mete (mete gelondongan) harus dipisahkan terlebih dahulu dengan buah semuanya (tangkainya). Cara memisahkan biji mete cukup dipuntir dan diletakkan di tempat terpisah. Selanjutnya, biji mete yang telah dipisahkan dari buah semuanya dicuci untuk dibersihkan dari kotoran (tanah, debu, pasir, dan lain-lain).

b. Pengeringan (penjemuran) mete gelondongan

Penjemuran biji mete gelondongan dilakukan agar getah yang terdapat dalam jambu biji bisa berkurang, sehingga memudahkan untuk Membela dan Mencungkil biji Jambu mete yang masih berada di cangkang nya ketika di belah. Mete gelondongan yang baru dipetik masih memiliki kadar air sekitar 25 %. Pengeringan mete gelondongan dapat dilakukan dengan cara dijemur di bawah panas matahari. Pengeringan mete gelondongan dilakukan hingga kadar airnya mencapai 3%. Keuntungan dari pengeringan dengan matahari adalah kacang mete tidak gosong dan kualitas baik. Kelemahannya, kacang mete dengan kadar air lebih 3 % menjadi sangat rapuh (hancur). Sedangkan dengan cara mekanis dapat dilakukan pada suhu optimum 700° C selama 4 - 8 jam.

c. Pengupasan kulit gelondong mete dengan kacip

Pengupasan gelondong masih dilakukan secara manual dengan menggunakan kacip sederhana. Kacip merupakan alat pengupas gelondong mete yang dirancang untuk mengatasi berbagai masalah dalam pengupasan gelondong. Kacip mudah dioperasikan, Alat dilengkapi dengan dua buah pisau berpasangan sehingga mampu mengatasi masalah keragaman bentuk dan ukuran gelondong. Kapasitas olah alat tersebut sekitar 32 kg gelondong/hari (8 jam kerja) dengan tingkat keutuhan kacang yang diperoleh 85- 90%. Kapasitas olah masih dapat ditingkatkan seiring dengan meningkatnya keterampilan dalam mengoperasikan alat tersebut.

d. Pelepasan kulit ari biji jambu mete Pengupasan kulit ari kacang mete dilakukan segera setelah pengeringan. Pengupasan kulit ari kacang mete dapat dilakukan secara manual dengan cara penggesekan menggunakan jari tangan secara hati-hati atau menggunakan pisau. Pengupasan kulit ari dengan pisau dilakukan dengan hati-hati agar tidak melukai kacang mete yang dapat menurunkan mutu. Pengupasan kulit ari secara manual ini memiliki persentase kerusakan kacang mete (pecah) mencapai 2%- 25%.

e. Penjemuran dan memanggang biji kacang mete proses penjemuran ini bertujuan untuk mengurangi kadar air pada jambu mete yang telah dikupas kulit arinya, sehingga jambu mete lebih awet dan tidak mudah rusak selain itu akan membuat rasa jambu mete itu menjadi gurih. Memanggang kacang mete di dalam oven panas bersuhu 180 derajat celcius,

selama kurang lebih 10 menit hingga kering, jika sudah angkat kemudian aduk-aduk dan biarkan hingga kacang mete dingin, simpan didalam wadah tertutup rapat, setelah itu kacang mete panggang siap untuk di kemas.

- f. Pengemasan produk jambu mete tujuan pengemasan selain melindungi kacang mete dari kerusakan serangan cendawan atau serangga juga bertujuan melindungi kacang mete dari kerusakan. pengemasan kacang mete dilakukan dengan menggunakan plastik kemasan ukuran 1 kg, $\frac{1}{2}$ kg, 120 gr, 45 gr untuk produk yang siap dipasarkan.

Kualitas Kacang Mete

Pemasaran merupakan suatu aspek penting dalam suatu usaha, khususnya UD. Karya Subur. Kualitas merupakan sesuatu hal yang sangat penting bagi produsen dalam menghasilkan suatu produk. Kualitas kacang mete yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen sehingga memudahkan usaha pemasaran. Oleh karena itu, kacang mete di UD. Karya Subur selalu berusaha mengoptimalkan dan memberikan kualitas terbaik pada kacang mete yang dihasilkan. Keunggulan mete yang dihasilkan petani di kabupaten sumbawa adalah mete yang organik karena tidak menggunakan bahan-bahan kimia dalam perawatannya. Bahkan perawatannya sangat sederhana dan terkesan dibiarkan tumbuh liar. Petani mempunyai kebanggaan apabila kebun mereka ditumbuhi banyak pohon jambu mete.

Kemasan Produk Kacang Mete

Kemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan pembuatan kemasan untuk produk kacang mete, kemasan produk kacang mete yang dipasarkan oleh UD. Karya Subur berupa kemasan standing pouch dengan ukuran 45 gr dan 120 gr dan kemasan dalam skala besar yaitu kemasan ukuran $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg.

2. Harga

Penetapan harga kacang mete di UD. Karya Subur berasal dari harga pokok barang tersebut kemudian ditambah dengan harga pembuatan kemasan yang di pesan dari surabaya di karenakan disini tidak ada tempat memesan kemasan tersebut, disamping itu juga melihat harga pasaran dari produk tersebut. Dalam hal ini persaingan di dunia usaha suatu perusahaan dalam menawarkan produk tentunya harus berkualitas namun dengan harga yang relatif lebih rendah agar disenangi oleh konsumen. Selain itu, harga kacang mete di UD. Karya Subur

juga beranekaragam kemasan, untuk lebih jelasnya harga kacang mete UD. Karya Subur dapat dilihat pada Tabel 5.4 dibawah ini:

No	Produk kacang mete	Harga (Rp)
1	1 kg	195.000
2	½ kg	100.000
3	120 gr	30.000
4	45 gr	10.000

Berdasarkan tabel 5.4 produk olahan kacang mete rasa original dari ukuran 1 kg dengan harga Rp. 195.000, ukuran ½ kg harga Rp. 100.000, ukuran 120 gr harga Rp. 30.000, ukuran 45 gr harga Rp. 10.000. Harga yang beranekaragam seperti ini membuat konsumen bebas memilih.

Selain itu, UD. Karya Subur memberikan potongan harga ketika dalam pembelian dengan jumlah besar atau kepada konsumen langganan. UD. Karya Subur juga menyediakan potongan harga bagi setiap konsumennya. Potongan Harga (Discount) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diskon adalah potongan harga. Menurut Kotler (2002), diskon adalah penyesuaian harga dasar dalam memberikan suatu penghargaan pada pelanggan atau suatu reaksi tertentu seperti melakukan pembayaran tagihan yang lebih awal, melakukan jumlah pembelian tertentu, dan lain-lain. Untuk merangsang minat konsumen untuk membeli Kacang mete pemilik menerapkan program diskon. Diskon ini berupa pengurangan harga dengan minimal pembelian. Dalam hal ini, pemilik akan mengurangi harga yang harus dibayarkan oleh konsumen apabila konsumen yang bersangkutan melakukan pembelian secara borongan. Contohnya kacang mete yang paling banyak dibeli oleh konsumen dengan jumlah penjualan lebih dari 5 kg dengan potongan harga Rp.10.000.

3. Tempat

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah di jangkau dengan kata lain harus strategis. UD.Karya Subur berada di RT 10 RW 04 Dusun Kuang Desa Luk Kecamatan

Rhee. Akses UD. Karya Subur sangat mudah dijangkau konsumen, penjualan kacang mete tersebut cepat dikenal atau bisa dilihat oleh banyak orang yang melewati gang tersebut. Lokasi juga dekat dengan sarana transportasi agar hubungan antara produsen ke konsumen mudah dan UD. Karya Subur dengan pemasok bahan baku mudah atau cepat bila menerima bahan baku maupun cepat mengirimkan produk kacang mete baik ke toko maupun ke pemesan, maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan daya jual produk dengan pengusaha lain. Tempat yang strategis dan banyak menciptakan perputaran uang yang begitu cepat dan besar sangat mempengaruhi pendistribusian suatu produk. Hal ini yang telah dilakukan oleh UD.Karya Subur dalam mendistribusikan produk kacang mete di toko- toko besar di sumbawa. Distribusi dilakukan pada daerah-daerah yang memiliki potensi pasar yang prospektif. Penyebaran pendistribusian produk kacang mete tersebut dilakukan dengan harapan mampu menambah daya saing serta dapat menambah jumlah konsumen, sehingga bisa meningkatkan keuntungan secara signifikan.

4. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan memegang peran penting dalam meningkatkan perolehan jumlah penjualan karena bagaimanapun kualitas yang dimiliki oleh suatu produk yang dihasilkan, tetap harus melakukan promosi untuk penjualan produknya. Dengan demikian promosi harus semakin gencar dilakukan sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli pada waktu yang akan datang. Salah satu wujud promosi yang dilakukan oleh UD. Karya Subur yaitu dengan memasang spanduk dilokasi usahanya yang bertujuan sebagai pengenalan identitas produk mereka.

Berikut ini adalah beberapa cara mempromosikan yang dilakukan yaitu

- a. Melakukan penjualan secara langsung, karena langsung bertemu dengan pembelinya dan bisa langsung mempromosikan kacang mete yang akan dijual. Menurut Ibu Hadiyatullah selaku istri pemilik usaha mengatakan bahwa rata-rata konsumen yang datang berniat melakukan kerja sama, dan ada juga membeli sekitaran 1 atau dua bungkus saja untuk di konsumsi sendiri, konsumen membeli lebih dari satu bahkan ada konsumen yang rela pulang kerumahnya dan kembali lagi dengan membawa mobil L300 dengan tujuan agar

dapat mengangkut banyaknya kacang mete yang dibeli untuk di jual kembali, dan ada juga menawarkan kan diri mau menjadi pengecer. Hal ini sejalan dengan pendapat Njoto dan Krismi (2018) mengatakan bahwa pengenalan produk yang dilakukan oleh penjual secara langsung dengan performa yang baik dan penyampaian informasi yang lengkap memberi penjelasan mengenai keunggulan produk serta hal lain yang tidak diketahui konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk yang dijual.

- b. Promosi dilakukan dengan cara memposting di facebook kacang Warby Mete yang sudah dikemas dengan baik. Kacang mete yang diposting, diceritakan keunggulannya dari kacang mete sehingga bisa membuat konsumen tertarik untuk membeli. Pemesanan juga bisa melalui Whatshap atau menghubungi langsung nomor telepon 085339362292 pemilik UD. Karya Subur, Untuk pembayaran ditranfer melalui rekening pemilik UD. Karya Subur kemudian baru dikirem.
- c. Melakukan penjualan dengan cara perantara Produsen, pengecer dan Konsumen/Akhir, dalam saluran ini UD. Karya Subur memasarkan produknya kepada pengecer sebagai perantara kemudian pengecer ini memasarkan kembali kepada konsumen.
Hasil wawancara dengan pemilik UD.Karya Subur, penerapan distribusi yang dilakukan dimana kacang mete UD. Karya subur memperjual belikan dengan cara eceran/borongan yang langsung dijual pada pengecer. Penjualan kacang mete UD. Karya Subur dapat merambah ke toko-toko besar yang ada di sumbawa yaitu Dinasty, SGM, Mudia, UD. Citra, Uma Lompa, Utara Jaya 2, Jaya Agung dan lain-lain, melalui penjualan perantara yang dapat meningkatkan penjualannya. Setiap bulannya, kacang mete UD. Karya Subur dapat menjual sekitar 25 kg (per hari).
- d. Melakukan dengan cara tradisional dari mulut ke mulut, cara ini merupakan cara tradisional yang masih terbilang efektif sehingga sekarang cara yang paling mudah dan lebih gampang. Menurut Ibu Hadiyatullah mengatakan bahwa cara yang seperti ini sangat efektif dalam mempromosikan usaha kacang mete. Dari setiap pelanggan yang datang mengatakan, hampir seluruhnya mereka mengetahui usaha UD. Karya Subur ini dari teman kantornya, tetangganya dan dari orang-orang yang sudah pernah membeli kacang mete di UD. Karya Subur ini. Seperti pendapat Ety Kurniati selaku konsumen langganan

di UD. Karya Subur yang berkata: “*saya mengetahui lokasi disini awalnya dulu dari teman-teman kerja saya, katanya disini kacang mete enak dan harganya pun murah dan ternyata memang betul disini produknya sangat berkualitas*”

Jadi dapat diketahui bahwa promosi yang mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut sangat efektif dalam menunjang keputusan pembelian. Sejalan dengan hal tersebut, Hughes (2007) dalam Pratiwi (2017) mengatakan bahwa bahasa lisan sepuluh kali lipat lebih efektif dibanding iklan cetak atau tv, bahasa lisan juga lebih penting pada saat ini dibanding kapanpun di masa lalu.

Bauran Pemasaran Hasil analisis tanggapan konsumen terhadap UD. Karya Subur berdasarkan masing-masing aspek bauran pemasaran yaitu :

aspek produk dengan nilai 19,43 kategori baik, aspek harga dengan nilai 21,47 kategori sangat baik, aspek tempat dengan nilai 19,3 kategori baik, aspek promosi dengan nilai 20,97 kategori baik, dan skor keseluruhan memiliki rata-rata sebesar 81,17 serta dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. Karya Subur sudah berjalan dengan baik

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari studi yang dilakukan, baik melalui observasi, dokumentasi serta melalui serangkaian wawancara dan dilanjutkan dengan proses analisis sedemikian rupa akhirnya dapat disimpulkan bauran pemasaran kacang mete pada UD. Karya Subur adalah sebagai berikut:

1. Produk yang ada di UD. Karya Subur berupa pengolahan jambu mete gelondongan menjadi produk kacang mete rasa original dengan empat macam kemasan snack dengan ukuran 45 gr dan 120 gr dan kemasan dalam skala besar yaitu kemasan ukuran $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg. Produk kacang mete di UD. Karya Subur selalu berusaha mengoptimalkan kualitas dan memberikan kualitas terbaik pada kacang mete yang dihasilkan.
2. Penetapan harga yang dilakukan UD. Karya Subur dengan melihat harga pasaran dari produk. Harga produk olahan kacang mete rasa original dari ukuran 1 kg dengan harga Rp. 195.000, ukuran $\frac{1}{2}$ kg harga Rp. 100.000, ukuran 120 gr harga Rp. 30.000, ukuran 45

50

- gr harga Rp. 10.000. UD. Karya Subur menyediakan potongan harga (diskon) bagi konsumennya. Diskon ini berupa pembelian dengan jumlah besar atau kepada konsumen langganan.
3. Tempat atau lokasi UD. Karya Subur cukup strategis yaitu berada di RT 10 RW 04 Dusun Kuang Desa Luk Kecamatan Rhee. Akses UD. Karya Subur sangat mudah dijangkau konsumen, Lokasi juga dekat dengan sarana transportasi, penjualan kacang mete tersebut cepat dikenal atau bisa dilihat oleh banyak orang yang melewati gang tersebut. saluran distribusi yang diterapkan UD. Karya Subur ada dua cara yaitu secara langsung dan melalui perantara. Penerapan saluran distribusi secara langsung UD. Karya Subur dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan atau konsumen tanpa adanya perantara. Kemudian saluran distribusi melalui perantara yaitu melalui pengecer UD. Karya Subur dapat menjual kacang mete setiap harinya hingga 25 kg.
 4. Promosi yang dilakukan oleh UD. Karya Subur menggunakan promosi secara offline dan online yaitu dengan memasang spanduk dilokasi usahanya yang bertujuan sebagai pengenalan identitas produk mereka, melakukan penjualan secara langsung, promosi juga dilakukan dengan cara memposting kacang Warby Mete yang sudah dikemas dengan baik, melakukan penjualan dengan cara perantara produsen, pengecer dan konsumen/Akhir, Melakukan dengan cara tradisional dari mulut ke mulut.
 5. Hasil analisis tanggapan konsumen terhadap UD. Karya Subur berdasarkan masing-masing aspek bauran pemasaran yaitu aspek produk dengan nilai 19,43 kategori baik, aspek harga dengan nilai 21,47 kategori sangat baik, aspek tempat dengan nilai 19,3 kategori baik, aspek promosi dengan nilai 20,97 kategori baik, dan skor keseluruhan memiliki rata-rata sebesar 81,17 serta dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD.Karya Subur sudah berjalan dengan baik

Saran

1. Pemilik Usaha

Saran yang bisa diberikan adalah diperlukan adanya peningkatan intensitas penyuluhan mengenai pengolahan biji mete guna meningkatkan pengetahuan dan sekaligus sikap petani dalam pengolahan biji mete tersebut khususnya pada UD karya subur untuk

51

peningkatan kualitas produk baik dari segi rasa dan variasi baru yang inovatif dan menarik dan diperlukan adanya kegiatan pelatihan – pelatihan yang partisipatif guna mendorong peningkatan motivasi petani pada UD Karya Subur dalam melakukan perbaikan – perbaikan dalam pengolahan produk kacang mete terutama dalam pemasarannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

1. Masyarakat umum

Untuk masyarakat umum bijak dan telitilah dalam berbelanja agar tidak tertipu atau dirugikan.

5.DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2017. Marketing Managemen. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P, dan G. Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Samadi.2007.Strategi Jambu Mete Teknik budi daya dan pengolahan Indonesia.Bogor : Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Swastha, B. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Erlangga.