

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NANAS (*Ananas comosus (L) merr*)
DI DESA PANGKUL KECAMATAN CAMBAI KOTA PRABUMULIH**



Oleh:

HARIS ESA MAHENDRA

1903320006

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG
2023**

**ANALISIS PEMASARAN BUAH NANAS (*Ananas comosus (L) merr*)
DI DESA PANGKUL KECAMATAN CAMBAI KOTA PRABUMULIH**



Oleh:

HARIS ESA MAHENDRA

Skripsi

**Sebagai salah satu Syarat Untuk memperoleh gelar
sarjana pertanian**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2023

ABSTRAK

HARIS ESA MAHENDRA. Analisis Pemasaran Buah Nanas (*Ananas comosus (L) merr*) di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih. Dibimbing oleh Ir. URSULA DAMAYANTI, MP dan SRI RAHAYU ENDANG LESTARI,SP.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran nanas. fungsi-fungsi lembaga pemasaran nanas. berapa besar biaya, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran nanas. saluran pemasaran buah nanas (*Ananas comosus (L) merr*) pengambilan data dilakukan Desa Pangkul pada bulan Maret sampai bulan april 2023. Metode penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling* (sengaja) dengan responden sebanyak 16 petani, pengepul 1 orang dan pengecer 6 orang. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran dan saluran pemasaran dan untuk menghitung biaya, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran menggunakan kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa, Terdapat tiga (3) saluran pemasaran buah nanas yaitu: saluran 1 Petani menjual hasil panen ke pedagang pengepul dan pedagang pengepul menjual ke pabrik. Saluran 2 Petani menjual hasil panen ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir. Saluran 3 petani menjual hasil panen ke pedagang pengepul kemudian pengepul menjual ke pedagang pengecer dan pengecer menjual ke konsumen akhir. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga yang terlibat dalam pemasaran buah nanas adalah sebagai berikut: Saluran pemasaran I, petani melakukan fungsi penjualan dan grading, pedagang pengepul melakukan fungsi pembelian dan penjualan, fungsi angkut, penyimpanan, grading. Saluran ke II, petani melakukan fungsi penjualan dan grading buah, pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian dan penjualan, fungsi angkut, penyimpanan, grading. Dan pada saluran pemasaran III, petani melakukan fungsi penjualan dan grading buah, sedangkan pedagang pengepul melakukan fungsi pembelian dan penjualan, fungsi angkut, penyimpanan, grading dan tidak melakukan penanggungungan resiko, begitu juga dengan pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian dan penjualan, fungsi angkut, simpan, grading.

Biaya, keuntungan dan margin pemasaran Pada saluran pemasaran I, keuntungan yang didapatkan pengepul Rp. 1.782/buah, biaya pemasaran Rp. 577/buah dan margin Rp. 2.360/buah. Pada saluran pemasaran II, keuntungan pengecer Rp. 10.539,7/buah, biaya pemasaran Rp. 1.626,3/buah, dan margin Rp. 4.055,33/buah. Saluran pemasaran III memiliki keuntungan Rp. 10.739,7/buah, biaya pemasaran Rp. 1.626,3/buah dan margin Rp. 5.388,67/buah. Efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran rendah sebesar Rp. 2.360 dan farmer's share tinggi mencapai 52,8% dimiliki pada saluran I.

Kata Kunci: Saluran pemasaran, Biaya keuntungan, Margin Pemasaran Dan Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

HARIS ESA MAHENDRA. Marketing Analysis of Pineapple Fruit (*Ananas comosus* (L) merr) in Pangkul Village, Cambai District, Prabumulih City. Supervised by Ir. URSULA DAMAYANTI, MP and SRI RAHAYU ENDANG LESTARI, SP.,M.Si.

This research aims to find out how pineapple marketing channels are. functions of pineapple marketing institutions. what are the costs, profits, marketing margins and marketing efficiency of pineapple. pineapple (*Ananas comosus* (L) merr) marketing channels, data collection was carried out in Pangkul Village from March to April 2023. The sampling method used a purposive sampling method with 16 farmers as respondents, 1 collector and 6 retailers. The data processing method used in this research is a descriptive method to determine marketing functions and marketing channels and to calculate costs, profits, marketing margins and marketing efficiency using quantitative methods.




Based on the results of the research that has been carried out, it is concluded that, there are three (3) pineapple marketing channels, namely: channel 1. Farmers sell their harvest to collectors and collectors sell to factories. Channel 2 Farmers sell their crops to retailers and retailers sell to final consumers. Channel 3 farmers sell their crops to collectors, then collectors sell to retailers and retailers sell to final consumers. The marketing functions carried out by institutions involved in pineapple marketing are as follows: Marketing channel I, farmers carry out sales and grading functions, collectors carry out buying and selling functions, transport, storage and grading functions. Channel II, farmers carry out the function of selling and grading fruit, retailers carry out purchasing and selling functions, transport, storage and grading functions. And in marketing channel III, farmers carry out the function of selling and grading fruit, while collectors carry out the functions of buying and selling, transport, storage, grading and do not bear the risk, as well as retailers carry out the functions of buying and selling, transport and store. , grading.

Costs, profits and marketing margins In marketing channel I, the profit earned by collectors is IDR. 1,782/piece, marketing costs Rp. 577/piece and margin Rp. 2,360/fruit. In marketing channel II, retailer profits Rp. 10,539.7/piece, marketing costs Rp. 1,626.3/piece, and a margin of Rp. 4,055.33/fruit. Marketing channel III has a profit of Rp. 10,739.7/fruit, marketing costs Rp. 1,626.3/piece and a margin of Rp. 5,388.67/piece. Marketing efficiency can be seen from the low marketing margin of IDR 2,360 and the high farmer's share reaching 52.8% owned by channel I.

Keywords: Marketing channels, Cost of profit, Marketing Margin and Marketing Efficiency

Skripsi berjudul "ANALISIS PEMASARAN BUAH NANAS (*Ananas comosus (L) merr*) DI DESA PANGKUL KECAMATAN CAMBAI KOTA PRABUMULIH" telah dipertahankan di depan komisi pada tanggal 19 September 2023

Komisi Penguji

- | | | |
|----|---------------------------------|--|
| 1. | Ir. Ursula Damayanti, MP | Ketua () |
| 2. | Sri Rahayu Endang L, S.P, M.Si. | Anggota () |
| 3. | Ir. Eka Nopi Aktiva, MM | Anggota () |

Mengesahkan
Program Studi Agribisnis
Ketua,



Skripsi berjudul
ANALISIS PEMASARAN BUAH NANAS (*Ananas comosus (L) merr*)
DI DESA PANGKUL KECAMATAN CAMBAI KOTA PRABUMULIH

Oleh

HARIS ESA MAHENDRA

1903320006

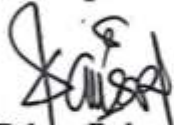
Telah Diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing I



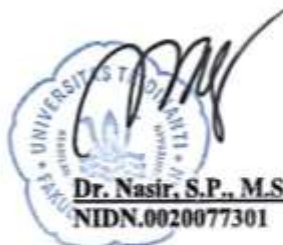
Ir. Ursula Damayanti, MP
NIDN.0221036501

Pembimbing II



Sri Rahayu Endang L., S.P., M.Si.
NIDN.0007087901

Palembang, Septetember 2023
Fakultas Pertanian
Universitas Tridinanti
Dekan



Dr. Nasir, S.P., M.Si.
NIDN.0020077301

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang di sajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian dan investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar yang sama di tempat lain.

Palembang, 19 September 2023
Yang Membuat Pernyataan



Haris Esa Mahendra

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 20 Juli 1999 di Desa Sugih Waras Kecamatan Rambang Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari ayah Ahmad Baswil dan ibu Asri Santi

Tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 02 Rambang Sugih Waras Kecamatan Rambang Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Rambang. Tahun 2017 menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 2 Prabumulih.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Tridianti Fakultas Pertanian tahun 2019 pada Program Studi Agribisnis. Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT. Kasih Agro Mandiri 2 Sungai Rengit Kecamatan Banyuasin Kabupaten Banyuasin dari tanggal 01 Oktober sampai 01 November 2022. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sukamaju Rt.09 Kecamatan Sako Kota Palembang dari tanggal 06 Februari sampai 07 Maret 2023.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT, karena atas segala limpahan kasih dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “ Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas comosus (L) Merr*) di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih ”.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Machmud Hasyim, E.Eng. selaku ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridinanti.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
3. Bapak Dr. Nasir, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tridinanti.
4. Ibu Ir. Ursula Damayanti, MP selaku pembimbing I dan Ibu Sri Rahayu Endang Lestari, S.P., M.Si selaku Pembimbing II.
5. Bapak dan ibu staf dosen pengajar pada Fakultas Pertanian Universitas Tridinanti.
6. Untuk kedua orang tua saya bapak Ahmad Baswil dan ibu Asri Santi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Palembang, September
Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| SURAT PERNYATAAN | vi |
| RIWAYAT HIDUP | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPRAN | xiii |
| | |
| I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian..... | 5 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Tinjauan Teoritis | 6 |
| 1. Nanas..... | 6 |
| a. Morfologi Tanaman Nanas | 7 |
| b. Varietas Tanaman Nanas | 8 |
| 2. Pemasaran..... | 9 |
| a. Saluran Pemasaran | 9 |
| b. Lembaga dan Fungsi-fungsi Pemasaran | 11 |
| c. Biaya Pemasaran | 13 |
| d. Keuntungan | 13 |
| e. Marjin Pemasaran..... | 14 |
| B. Penelitian Terdahulu | 14 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 16 |

| | |
|---|----------------|
| III. METODE PENELITIAN | Halaman |
| A. Tempat Dan Waktu | 18 |
| B. Metode Penelitian | 18 |
| C. Metode Penarikan Sample | 18 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 19 |
| E. Operasional variabel..... | 19 |
| F. Metode Pengelolaan Data | 20 |
| IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Kondisi Umum Tempat Penelitian | 23 |
| B. Keadaan Penduduk..... | 24 |
| C. Hasil Penelitian..... | 27 |
| D. Saluran Pemasaran | 32 |
| E. Fungsi Pemasaran | 34 |
| F. Biaya dan Keuntungan | 35 |
| G. Margin Pemasaran dan Efesiensi Pemasaran | 38 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan | 39 |
| B. Saran..... | 40 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1. Produksi Buah Nanas Menurut Kabupaten/ Kota | 2 |
| Tabel 2. Keadaan Penduduk Menurut Umur | 24 |
| Tabel 3. Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin | 25 |
| Tabel 4. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan | 26 |
| Tabel 5. Sarana dan Prasarana | 27 |
| Tabel 6. Umur Petani..... | 28 |
| Tabel 7. Tingkat Pendidikan Petani..... | 29 |
| Tabel 8. Jumlah Tanggungan Petani | 30 |
| Tabel 9. Identitas Pedagang Pengecer | 31 |
| Tabel 10. Fungsi-Fungsi Pemasaran | 34 |
| Tabel 11. Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran..... | 36 |
| Tabel 12. Margin dan Famer`s Share | 38 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1. Saluran Pemasaran..... | 10 |
| Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran..... | 17 |
| Gambar 3. Saluran Pemasaran I | 32 |
| Gambar 4. Saluran Pemasaran II | 33 |
| Gambar 5. Saluran Pemasaran III | 33 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Identitas Petani Responden | 43 |
| Lampiran 2. Sistem Penjualan Saluran 1 | 44 |
| Lampiran 3. Sistem Penjualan Saluran 2 | 45 |
| Lampiran 4. Sistem Penjualan Saluran 3 | 46 |
| Lampiran 5. Uraian Biaya, Keuntungan, margin, dan Farmer's Share Saluran 1..... | 47 |
| Lampiran 5. Uraian Biaya, Keuntungan, margin, dan Farmer's Share Saluran 2 (Buah sedang, besar)..... | 47 |
| Lampiran 5. Uraian Biaya, Keuntungan, margin, dan Farmer's Share Saluran 3 | 49 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian..... | 52 |

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris dengan sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian. Sektor-sektor pertanian Indonesia terdiri dari lima sub-sektor yaitu sub-sektor perkebunan, sub-sektor hortikultura, sub-sektor kehutanan, sub-sektor perternakan, dan sub-sektor perikanan. Hortikultura sebagai sub-sektor pertanian terdiri dari berbagai jenis sayuran, buah-buahan, dan tanaman obat-obatan. Produk hortikultura khususnya buah-buahan dan sayur-sayuran berperan dalam memenuhi gizi masyarakat terutama vitamin-vitamin dan mineral-mineral yang terkandung didalamnya. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam melakukan pembangunan ekonomi. (Saragih, 2010) dalam skripsi ferda maw disha (2019).

Salah satu tanaman hortikultura yang digemari masyarakat Indonesia adalah tanaman buah nanas. Buah nanas bagi masyarakat Indonesia, merupakan bagian dari kehidupannya, tanaman nanas mudah tumbuh di daerah tropis salah satunya di Indonesia. Selain itu, semua bagian tanaman tersebut dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Dalam menghadapi era perdagangan bebas dan ekonomi global, produk hortikultura terutama buah-buahan akan menghadapi persaingan yang ketat. Nanas memiliki produksi buah-buahan segar dunia, dan negara Indonesia merupakan negara penghasil nanas segar dan olahan terbesar ketiga setelah negara Thailand dan Philipina. (Hadiati dan Indriyani, 2008) Dalam skripsi ferda maw disha (2019).

Menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (2021) Produksi dan banyaknya tanaman nanas menghasilkan menurut Kabupaten/Kota di Sumatera Selatan tahun 2021, kota Prabumulih menduduki posisi ke-3 dengan total produksi 19.688 kuintal setelah posisi ke-1 oleh Ogan Ilir dengan total produksi 4.215.919 kuintal dan posisi ke-2 oleh Muara Enim dengan total produksi 475.056 kuintal nanas segar (Badan pusat Statistik Sumsel 2021). Data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel.1 Produksi buah nanas menurut Kabupaten / Kota Sumatera Selatan 2021

| No. | Kabupaten / Kota | Produksi Nanas/ Kuintal |
|-----------|---------------------------|-------------------------|
| 1. | Ogan ilir | 4.215.919 |
| 2. | Muara Enim | 475.056 |
| 3. | Prabumulih | 19.688 |
| 4. | Lahat | 188 |
| 5. | Musi Rawas | 12.958 |
| 6. | Musi Banyuasin | 808 |
| 7. | Banyuasin | 19.137 |
| 8. | Ogan Komering Ulu Selatan | - |
| 9. | Ogan Komering Ulu Timur | 151 |
| 10. | Ogan Kemering ulu | 826 |
| 11. | Empat Lawang | 28 |
| 12. | Pali | 13.424 |
| 13. | Musi Rawas Utara | 147 |
| 14. | Palembang | 71 |
| 15. | Ogan Kemering Ilir | 1.996 |
| 16. | Pagar Alam | - |
| 17. | Lubuk Linggau | 344 |
| Total | Sumatera Selatan | 4.760.741 |

Sumber:Badan pusat statistik Sumatera Selatan 2021

Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih adalah salah satu desa yang membantu membangkitkan nama kota Prabumulih yang dikenal dengan sebutan kota nanas dimana rata-rata masyarakatnya berusaha tani nanas jenis *queen*. Jenis nanas *queen* menjadi pilihan para petani Desa Pangkul dalam bertani nanas dikarenakan jenis *queen* memiliki aroma harum dan rasa manis dibandingkan jenis nanas lainnya.

Desa Pangkul terdiri dari beberapa dusun dengan didominasi pribumi (warga asli Prabumulih) dan ada juga warga transmigrasi dari pulau Jawa dan lain-lain. Dimana masyarakat asli Prabumulih ini menanam nanas sebagai tanaman selingan dari karet, sedangkan transmigrasi kebanyakan menanam sayur-sayuran seperti bayam, kangkung, cabai.

Usahatani nanas di Desa Pangkul adalah usaha yang bersifat tanaman selingan atau bukan tanaman pokok. Usahatani nanas dilakukan masyarakat Desa Pangkul karena dapat membantu pendapatan petani di Desa Pangkul. Pemasaran buah nanas Desa Pangkul sudah mencapai tingkat lokal dan nasional. Berdasarkan informasi dari petani nanas Desa Pangkul, buah nanas desa ini dahulunya sudah dipasarkan ke pedagang daerah Palembang dan daerah disekitar Prabumulih yang tidak menanam buah nanas, sampai sekarang pemasaran buah nanas Desa pangkul masih dipasarkan keluar Kota Prabumulih disebabkan produksi nanas sudah mulai menurun karena petani sudah mulai beralih kepada tanaman karet dan menjadikan tanaman nanas sebagai tanaman sela sampai karet bisa menghasilkan getah karet sebagai penghasilan utama.

Pemasaran buah nanas di Desa Pangkul masih dalam bentuk buah segar atau nanas yang belum dibuat dalam bentuk olahan. Buah nanas juga mempengaruhi

pendapatan masyarakat yang berprofesi sebagai petani nanas. Pendapatan ini tentu dipengaruhi oleh harga buah nanas yang berlaku di tingkat pasar, dari salah satu petani nanas yang ada di Desa Pangkul harga jual buah nanas dari petani kepada tengkulak mencapai Rp 4.000 sampai Rp 6.000 per buah, harga ini juga dipengaruhi oleh bentuk dan ukuran buah nanas yang dijual petani kepada tengkulak. Sementara itu harga nanas di tingkat konsumen mulai dari Rp 5.500 sampai dengan Rp 9.000 per buah, harga ini juga dipengaruhi oleh bentuk dan ukuran buah nanas. Petani juga menyebutkan bahwa saluran pemasaran di desa mereka sering terkendala dikarenakan harga yang tidak stabil di tingkat pengepul yang mau membeli nanas dengan harga rendah dibandingkan dengan desa lain yang harga jual nanas tetap stabil di tingkat pengepul.

Maka dari itu peneliti tertarik meneliti nanas di Desa Pangkul dengan judul Analisis Pemasaran Buah Nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih karena tanaman nanas di desa ini hanya tanaman selingan dan peneliti tertarik untuk meneliti saluran pemasarannya, serta fungsi-fungsi pemasaran agar dapat melihat potensi dari tanaman nanas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat ditarik untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih ?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih?

3. Berapa besar biaya, keuntungan, margin pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih?
4. Saluran pemasaran mana yang paling efisien secara ekonomi?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih.
2. Untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran nanas yang ada di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih.
3. Menghitung berapa besar biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih.
4. Untuk mengetahui apakah saluran pemasaran mana yang sudah efisien.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada pembaca mengenai pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih.
2. Dapat dijadikan sebagai panduan dan referensi untuk para peneliti selanjutnya yang akan meneliti pemasaran nanas di Desa Pangkul Kecamatan Cambai Kota Prabumulih.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan pusat statistik provinsi sumatera selatan. 2021. *Produksi buah-buahan (kuintal)*, BPS, statistik pertanian hortikultura [online].<http://sumsel.bps.go.id>. diakses pada 2022.
- Dewi, E. (2018). Analisa Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Bawang Prei (Allium Porrum Bl.) Di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung (Studi kasus di Desa Pinggirsari Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung). *Jurnal AGRIBIS*, 4(2), 29-44. Diakses pada bulan Januari 2023.
- Abhar, Eldi, Isyaturriyadhah Isyaturriyadhah, and Fikriman Fikriman. "Analisis Pemasaran Kentang di Desa Pulau Tengah Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin." *JAS (Jurnal Agri Sains)* 2.1 (2018).Diakses pada tanggal 4 Januari 2023.
- Hadiati dan Indriyani, 2008. *Analisis pemasaran dan pendapatan usahatani nanas di desa pangkul kecamatan cambai kota prabumulih*. Diakses pada bulan November 2022. Dalam skripsi ferda maw disha. Universitas sriwijaya.
- Hery. 2019, *manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Khairunnisa. 2020, *Lembaga, saluran dan fungsi pemasaran agribisnis*. <http://agrieduca.blogspot.com>. Diakses pada bulan Januari 2023.
- Kotler P, Armstrong G, 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Diakses pada bulan Desember 2022. Jurnal ilmiah manajemen.
- Nurafni dan yuriko. 2020. *Analisis pemasaran sapi potong*.jambura journal of animal science 2 (2).
- Rimbakita. 2017, *Nanas-Taksonomi,Asal,Simbol kekayaan, Morfologi, Budidaya & Manfaat*. <http://rimbakita.com/nanas/> diakses pada tahun 2023.
- Rizka karlina putri Dkk, 2018. *Analisis efisiensi dan faktor yang memengaruhi pilihan saluran pemasaran*.Diakses pada bulan Desember 2022. Jurnal ilmiah manajemen.
- Saragih. 2010. *Analisis pemasaran dan pendapatan usahatani nanas di desa pangkul kecamatan cambai kota prabumulih*. Diakses pada bulan Desember 2022. Dalam skripsi ferda maw disha. Universitas sriwijaya.

- Swastha. 1992. *Analisis usahatani nanas (ananas comosus (L) merr) di desa rimba jaya kecamatan air kumbang kabupaten banyuasin*. Dalam skripsi Dodi candra 2020.
- Sugiharta dan ivana. 2011. *Analisis Pemasaran Susu Segar di kabupaten klaten*. Sains peternakan: jurnal penelitian ilmu peternakan 9 (1).
- T.k.t.mandiri. 2010, *Pedoman bertaman buah nanas*. Bandung: Cv Nuansa Aulia.
- Yudi. 2018. *Analisis pemasaran bawang merah di kabupaten enrekang*. Fakultas pertanian. Skripsi universitas muhammadiyah makassar.