

**BAURAN PEMASARAN KACANG METE PADA UD. WAHYU RASA
(Studi Kasus Di Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung)**

Ni Made Intan Maulina, S.P., M.P.

Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Email : intan_s99@ymail.com

I Wayan Sarjana, S.P.

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Email : wayansarjana52@gmail.com

Abstrak

Salah satu ciri pengusahaan jambu mete rakyat umumnya dilakukan dalam skala kecil, terpecah dan tidak intensif dengan keterbatasan teknologi budidaya dan manajemen yang disebabkan keterbatasan modal dalam penyediaan input usaha tani dalam penerapan teknologi. Pengolahan mete di Kecamatan Nusa Penida telah berkembang menjadi salah satu sentra pengolahan mete karena didukung oleh kondisi geografis yang sesuai untuk perkebunan jambu mete, dimana usaha pengolahan mete yang diusahakan sebagian besar masih dalam skala kecil. Tujuan penelitian ini adalah: (i) Untuk mengetahui bauran pemasaran kacang mete pada UD Wahyu Rasa. (ii) Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam pemasaran kacang mete pada UD Wahyu Rasa.

Penelitian ini dilakukan pada UD Wahyu Rasa yang berada di Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive* (sengaja) dengan jumlah 6 orang yang ditetapkan sebagai sample. Rata – rata pengetahuan anggota dan pengelola UD “WAHYU RASA” di Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida mengenai bauran pemasaran tergolong tinggi. Ini terlihat dari rata rata produk kacang mete yang dipasarkan setiap bulannya dan keuntungan yang di dapat dari penjualan produk serta inovasi yang dilakukan mulai dari pelabelan kemasan serta promosi produk kacang mete UD WAHYU RASA. Rata – rata jumlah pasokan kacang mete tidak sesuai dengan target produksi pada UD” WAHYU RASA” karena untuk area Nusa Penida tanaman jambu mete hanya sebagai tanaman pelengkap disamping sifatnya yang berbuah musiman (berbuah satu tahun sekali). Pengetahuan petani dalam bidang pemeliharaan tanaman jambu mete kurang bagus yang menyebabkan hasil panen jambu mete tidak maksimal di setiap tahunnya dan juga pemilik (petani) sebagai pengelola produksi kacang mete pada UD”WAHYU RASA” belum maksimal melakukan ekspansi ke luar daerah dalam pembelian biji jambu mete.

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas, dapat disarankan sebagai berikut: (i) Diperlukan adanya peningkatan intensitas penyuluhan mengenai pengolahan biji mete guna meningkatkan pengetahuan dan sekaligus sikap petani dalam pengolahan biji mete tersebut khususnya pada UD “WAHYU RASA” untuk peningkatan kualitas produk baik dari segi rasa dan variasi baru yang inovatif dan menarik. (ii) Diperlukan adanya kegiatan pelatihan – pelatihan yang partisipatif guna mendorong peningkatan motivasi petani pada UD”WAHYU RASA” dalam melakukan perbaikan – perbaikan dalam pengolahan produk kacang mete terutama dalam pemasarannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

Kata kunci : Bauran, Pemasaran, Kacang Mete, Kemasan.

Abstract

One characteristic of the cultivation of people's cashew nuts is generally carried out on a small scale, scattered and not intensively with the limitations of cultivation technology and management due to limited capital in the provision of farming inputs in the application of technology. Processing of cashew in Nusa Penida Subdistrict has developed into one of the cashew processing centers because it is supported by geographical conditions suitable for cashew plantations, where most cashew processing businesses are still on a small scale. The objectives of this research are: (i) To know the mix marketing cashew nuts at UD Wahyu Rasa. (ii) To find out what obstacles faced in marketing cashew nuts at UD Wahyu Rasa. This research was conducted at UD Wahyu Rasa in Klumpu Village, Nusa Penida District, Klungkung Regency by using purposive sampling method. The sampling technique used is purposive (intentional) with the number of 6 people assigned as samples. The average knowledge of members and managers of UD "WAHYU RASA" in Klumpu Village, Nusa Penida District regarding the marketing mix is high. This can be seen from the average cashew nut product marketed every month and the benefits derived from product sales and innovations made starting from labeling packaging and promotion of UD WAHYU RASA cashew nut products. The average amount of cashew nut supply is not in accordance with the production target at UD "WAHYU RASA" because the Nusa Penida area is only as a

complementary plant besides the seasonal fruiting (fruiting once a year). The knowledge of farmers in cashew crop maintenance less good that causes cashew harvest not optimal in each year and also the owner (farmer) as the manager of cashew nut production at UD "WAHYU RASA" has not maximally expanded outside the area in purchasing cashew nuts.

Based on the results of the above research, it can be suggested as follows: (i) It is necessary to increase the intensity of counseling regarding the processing of cashew seeds in order to increase knowledge and at the same time the attitude of farmers in processing cashew seeds, especially in UD "WAHYU RASA" to improve product quality both in terms of taste and innovative and interesting new variations. (ii) Participatory training activities are needed to encourage increased motivation of farmers in UD "WAHYU RASA" in making improvements in processing cashew nut products, especially in marketing to reach a wider market.

Keywords: Mix, Marketing, Cashew Nuts, Packaging.

1. PENDAHULUAN

Komoditas perkebunan merupakan andalan bagi pendapatan nasional dan devisa negara Indonesia, yang dapat dilihat dari nilai ekspor komoditas perkebunan pada tahun 2015 total ekspor perkebunan mencapai US\$ 23,933 milyar atau setara dengan Rp. 311,138 triliun (asumsi 1 US\$=Rp.13.000). Kontribusi subsektor perkebunan terhadap perekonomian nasional semakin meningkat dan diharapkan dapat memperkokoh pembangunan perkebunan secara menyeluruh (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2017).

Sektor pertanian cukup strategis dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Selama sepuluh tahun terakhir, peranan sektor ini terhadap PDB menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik, yaitu rata-rata 4% per tahun mampu menciptakan swasembada pangan, sektor ini diharapkan dapat menyediakan kesempatan kerja dan pengadaan bahan baku bagi industri hasil pertanian. Sektor ini juga dituntut untuk meningkatkan perolehan devisa bagi negara dengan jalan meningkatkan volume dan nilai ekspor hasil pertanian (BI, Pola Pembiayaan PPUK Jambu Mete, 2000).

Salah satu komoditas perkebunan yang cukup penting dalam menyumbang perolehan devisa negara adalah biji jambu mete (*cashew nut*). Pada tahun 1997, ekspor biji jambu mete dari Indonesia telah mencapai 29.666 ton dengan nilai US\$ 19.152.000. Adapun luas areal tanaman jambu mete di Indonesia sekitar 499.279 Ha dengan produksi 76.656 ton pertahun. Di Indonesia, biji jambu merupakan salah satu komoditas yang tidak diatur tata niaganya oleh pemerintah, sehingga harga biji jambu mete ditingkatkan petani ditentukan mekanisme pasar bebas. Petani juga bebas menjual hasil panennya kepada para pedagang pengumpul, baik berupa biji berkulit (gelondong) maupun biji tanpa kulit (kacang mete) (BI, Pola Pembiayaan PPUK Jambu Mete, 2000).

Tanaman jambu mete (*Anacardium occidentale L.*) merupakan komoditas ekspor yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan relatif stabil dibanding komoditas ekspor Indonesia lainnya. Nilai ekspor Indonesia dari gelondong mete pada akhir 2006 mencapai US\$ 409.081.000 dengan volume 494.471 M/ton (BPEN, 2007). Produksi jambu mete dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan, baik luas areal maupun produksinya walaupun terlihat fluktuatif namun terjadi peningkatan, terutama untuk perkebunan rakyat, sedangkan untuk perkebunan besar swasta terjadi penurunan luas dan untuk perkebunan besar nasional luas areal untuk jambu mete tidak diusahakan karena rata-rata tanaman jambu mete diusahakan oleh perkebunan rakyat (Statistik Dirjen Perkebunan, 2010).

Masyarakat Nusa Penida mengandalkan hidupnya dari bertani. Komoditas pertanian andalan Nusa Penida adalah jagung, ubi kayu, kacang tanah, kacang ijo, kelapa dan jambu mete. Bahkan penduduk setempat menjadikan ubi kayu sebagai makanan pokok yang diolah menjadi gaplek. Produksi jagung, kacang tanah, dan jambu mete pada tahun 2002 terbesar se Klungkung (<http://travel.kompas.com/read/2016/04/06/071600027/Potensi.Nusa.Penida.Dikembangkan>, Potensi Nusa Penida Dikembangkan: 2016).

Jambu mete selain sebagai tanaman yang produktif juga bermanfaat sebagai tanaman penghijauan dan tanaman konservasi dalam rehabilitasi lahan kritis. Hasil utamanya adalah biji (kacang) mete; minyak loka (*Cashew Nut Shell Liquid* = CNSL) atau Cairan Kulit Biji Mete (CKBM) serta daging buah jambu mete. Kedua hasil yang disebut diperoleh dari gelondong mete yang merupakan buah aslinya. Biji mete (*Cashew kernel*) dapat dikonsumsi sebagai makanan kecil (*snack*) serta bahan baku pada industri makanan. Selain itu merupakan salah satu komoditi ekspor yang persyaratannya telah ada pada standar perdagangan Indonesia (LIPTAN Koya Barat, 1996).

Faktor utama dalam pengembangan produk adalah mutu, yaitu menentukan nilai jual dari produk tersebut. Pada jambu mete dengan tingkat mutu yang tinggi diharapkan akan diperoleh harga yang relatif lebih baik, sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani, penerimaan devisa dan sekaligus menciptakan lapangan kerja baru. Untuk mendapatkan tingkat mutu tersebut, maka peran teknologi pasca panen dengan aspek-aspeknya, seperti pemanenan; penanganan bahan segar; pengawetan; pengolahan dan pembinaan mutu sangat ditentukan. Salah satu hambatan dalam pengolahan biji mete adalah cara mengupas untuk memperoleh bijinya secara utuh. Hal ini mengingat adanya bentuk; sifat-sifat kulit serta adanya CKBM tadi yang bersifat racun dan berkarat. Tahapan pengolahan pada dasarnya adalah pengeringan mete gelondong, penyimpanan mete gelondong, pengupasan kulit mete gelondong, pengeringan biji, pengupasan kulit mete (kulit ari), sortasi dan grading (pengelompokan tingkat), dan pengemasan (LIPTAN Koya Barat, 1996).

UD Wahyu Rasa memiliki program usaha yaitu pengolahan biji jambu mete menjadi kacang mete dengan wilayah pemasaran di Nusa Penida, Klungkung dan Denpasar. Dengan wilayah pemasaran yang hanya meliputi tiga wilayah tersebut, maka pemasaran jambu mete ini masih berskala kecil. Untuk itu perlu ditingkatkan melalui bauran pemasaran.

2. METODE

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive*. Metode *purposive* adalah suatu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan atas pertimbangan – pertimbangan tertentu. Penelitian terkait bauran pemasaran kacang mete ini mengambil lokasi di usaha UD Wahyu Rasa yang terletak di Banjar Klumpu Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan atas pertimbangan (1) Desa Klumpu Kecamatan Nusa Penida merupakan pusat pengelolaan dan pemasaran jambu mete khususnya di UD Wahyu Rasa; (2) Bahwa di desa tersebut belum pernah dilakukan penelitian menyangkut bauran pemasaran terhadap jambu mete di UD Wahyu Rasa.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga kerja yang bekerja pada UD Wahyu rasa yang berjumlah 16 orang. Penentuan sample menggunakan metode purposive sampling (sengaja) yaitu berjumlah 6 orang yang benar-benar memahami pemasaran kacang mete pada UD Wahyu Rasa, yaitu satu orang owner, satu orang administrasi, tiga orang bagian pemasaran, dan satu orang ceking produk. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bukan berupa angka-angka tetapi berupa informasi atau keterangan verbal yang berhubungan dengan masalah penelitian. Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara mendatangi dan mewawancarai responden secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder adalah data penunjang yang terkait dengan penelitian ini.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara yang digunakan yaitu observasi dan dokumentasi. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data tambahan atau data pendukung melalui dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian. Dokumentasi sendiri adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan data dengan cara mempelajari, mencatat arsip atau data yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti sebagai bahan menganalisis permasalahan.

Data yang didapat dalam penelitian dianalisis secara skematis melalui empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UD Wahyu Rasa terletak di Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung. Luas keseluruhan wilayah Desa Klumpu adalah 1358 Ha yang meliputi lima dusun dinas, yaitu Dusun Klumpu, Dusun Baledan, Dusun Iseh, Dusun Rata, dan Subia. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan 6 orang sebagai responden, ternyata rata-rata umurnya 44,20 tahun. Memperhatikan kondisi tersebut mengindikasikan bahwa para petani yang melakukan pengolahan biji mete tergolong pada usia kerja, atau usia produktif. Karakteristik lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah lama pendidikan formal kelompok tani. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui survei terhadap 6 orang kelompok tani, diketahui bahwa rata-rata lama pendidikan formal mereka adalah 8,18 tahun, dengan interval antara 1 tahun sampai dengan 12 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan formal kelompok tani adalah setara dengan tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP). UD Wahyu Rasa terbentuk pada tahun 2006 di Desa Klumpu Kecamatan Nusa Penida Klungkung yang dibentuk oleh I Made Redita. UD Wahyu Rasa bergerak di bidang pengolahan kacang mete dengan total karyawan yang dimiliki adalah 16 orang. UD Wahyu Rasa memasarkan produk olahan kacang metenya di wilayah Nusa Penida, Klungkung dan Denpasar. UD Wahyu Rasa dibentuk atas dasar keinginan untuk mengangkat pendapatan petani jambu mete di wilayah Nusa Penida.

Bauran Pemasaran pada UD Wahyu Rasa

Dalam membangun sebuah usaha, baik itu dalam bidang properti maupun kuliner perlu adanya bauran pemasaran. Hal ini sangat penting mengingat semakin banyaknya persaingan yang terjadi,

ditambah dengan adanya MEA yang merupakan sistem perdagangan bebas antar negara-negara ASEAN. Dengan diterapkannya bauran pemasaran pada berbagai usaha dapat meningkatkan daya jual dan kepuasan konsumen terhadap produk. Penerapan bauran pemasaran telah dilakukan oleh UD Wahyu Rasa dalam menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk kacang mete. Dengan terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk tersebut, maka semakin meningkatnya daya jual produk yang signifikan. Berikut bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD Wahyu :

Strategi Produk

Produk yang telah dibuat oleh UD Wahyu Rasa menggunakan bahan kacang mete yang telah melalui proses, seperti pembersihan dari kulit ari, pengeringan, penggorengan, dan pembungkusan. Adapun pembungkusannya menggunakan bahan dari plastik yang telah dilengkapi dengan label. Label yang digunakan pada produk sesuai dengan aturan yang berlaku, seperti nama produk, nama perusahaan, berat bersih (netto), komposisi bahan, informasi kandungan bahan, sertifikasi produk, dan tanda halal. Produk kacang mete yang ditawarkan oleh UD Wahyu Rasa adalah produk kacang mete kering dengan dua varian rasa yaitu kacang mete original dan kacang mete krispi. Untuk karyawan yang bekerja pada UD Wahyu Rasa berjumlah 16 orang dengan 1 orang pemilik, 3 orang tenaga pemasar, 4 orang tenaga pembelah biji dan pembersih kulit ari kacang mete, 6 orang tenaga pengering; proses penggorengan; dan pengemasan, serta 2 orang sebagai pengumpul kacang mete.

Strategi Harga

Dalam meningkatkan daya saing produk kacang mete, UD Wahyu Rasa telah menetapkan harga yang cukup terjangkau bagi kalangan masyarakat. Misalkan pada kemasan 250 gram dengan harga pokok Rp. 24.000 dijual sebesar Rp. 27.000. Sedangkan kemasan 50 gram dengan harga pokok Rp. 5.000 dijual sebesar Rp. 6.000. Harga-harga tersebut telah ditentukan berdasarkan berat dari kacang mete. Oleh karena itu strategi harga yang ditetapkan adalah membuat diversifikasi kemasan dan berat (dihitung dalam gram) di dalam setiap kemasan produk kacang mete. Adapun keuntungan bersih yang didapat pada masing-masing produk kacang mete dengan berat 250 gram dan 50 gram, yaitu Rp. 5.000.000/bulan, dengan bayaran yang didapat oleh para pegawai sebesar Rp. 65.000/hari.

Strategi Pemasaran/Distribusi

Strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan daya jual produk dengan perusahaan 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 Wahyu Rasa dalam mendistribusikan produk kacang mete yang telah dibuat. UD Wahyu Rasa telah melakukan pemasaran produk kacang mete di supermarket pusat kota Klungkung, Denpasar Timur tepatnya di daerah Sanur, dan Kabupaten Gianyar tepatnya di daerah Sukawati. Strategi 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 meningkatkan keuntungan secara signifikan.

Strategi Promosi

Dalam meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap suatu produk, perlu dilakukan promosi, baik itu pada sosial media, koran, iklan, baliho, dan lain sebagainya. Promosi dilakukan agar masyarakat

mengetahui suatu produk yang telah dibuat oleh suatu perusahaan, seperti yang dilakukan oleh UD Wahyu Rasa. UD Wahyu Rasa telah melakukan promosi dengan mengikuti festival kuliner di tingkat kecamatan, kabupaten dan provinsi, serta promosi dari mulut ke mulut masyarakat sekitar. Strategi promosi yang dilakukan oleh UD Wahyu Rasa diyakini dapat meningkatkan daya jual dari produk kacang mete tersebut, sehingga terjadi peningkatan penjualan yang signifikan

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan seperti yang telah diuraikan pada bagian terdahulu dan sesuai dengan tujuan penelitian, dapat ditarik simpulan bahwa Bauran pemasaran pada UD “WAHYU RASA” di Desa Klumpu, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung telah dilakukan dengan menerapkan strategi 4P yaitu product, price, place, dan promotion. Strategi yang diterapkan ini sangat baik dan dampaknya begitu bagus untuk UD Wahyu Rasa beserta semua anggotanya

Saran

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 “WAHYU RASA” untuk 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 “WAHYU RASA” dalam melakukan perbaikan – perbaikan dalam pengolahan produk kacang mete terutama dalam pemasarannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abitogu, A. 2009. *Physicochemical parameters and fatty acid composition of cashew nut (Anacardium occidentale) oil*. Nigerian journal of Chemical Research
- Anonimus. *Materi Pertanian, Klasifikasi dan Morfologi Jambu Monyet*. URL : <http://www.materipertanian.com/klasifikasi-dan-morfologi-jambu-monyet/> .diakses tanggal 17 Februari 2018
- Alasavar, C. dan Shahidi, F. 2009. *Tree Nuts: Composition, Phytochemicals, and Health Effects*. Boca Raton : CRC Press
- Astawan, M. 2009. *Sehat dengan Hidangan Kacang-kacangan dan Biji-bijian*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Bank Indonesia. *Pola Pembiayaan Usaha Kecil Produksi Jambu Mete* : Direktorat Kredit, BPR dan UMKM
- BPEN. 2007. *Indonesia Export of Cashew Nut in Shell by Country of Destination*. 6p
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Radja Grafindo Persada
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2017. *Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017 : Jambu Mete* : Kementerian Pertanian
- Djaafar, T. F. dan Rahayu. 2000. *Ubi Kayu dan Olahannya*. Yogyakarta : Kanisius
- Duke, J.A. 2001. *Handbook of Nuts*. Boca Raton : CRC Press
- Fandy, Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andy offset

- Ferry, Y., J.T. Yuhono dan Chandra Indrawanto.2001.*Strategi Pengembangan Industri Mete Indonesia*.Bogor : Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan
- Frank G. Goble. 1992.*Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow, terj The Third Force, The Psycology of Abraham Maslow* oleh Drs. A. Supratiknya.Yogyakarta: Kanisius
- Ghazi Sinaga. 2017. *Manajemen Pemasaran*. URL : <https://www.mindmeister.com/1004554762/manajemen-pemasaran>, diakses tanggal 17 Februari 2018
- Kotler, Philip. 1996.*Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I.Jakarta : Erlangga
- Kusnandar, F. 2010.*Kimia Pangan : Komponen Makro*.Jakarta : Dian Rakyat
- Lembar Informasi Pertanian. 1996.*Pengolahan Biji Mete*.Jayapura : Loka Pengkajian Teknologi Pertanian Koya Barat
- Marwan. 1991. *Marketing*.Yogyakarta : UPP-AMP YKPN
- Nandi, B. K. 2011.*Cashew Nut Nutritional Aspects*.URL : <http://www.fao.org/docrep/005/ac451e/ac451e0b.htm> diakses tanggal 17 Februari 2018
- Nova.2017.*Budidaya Tanaman Jambu Mete*. URL : <https://dinpertangrobogan.000webhostapp.com/budidaya-tanaman-jambu-mete/> diakses tanggal 17 Februari 2018
- Pawitra, T. 1993.*Kepuasan Pelanggan Sebagai Keunggulan Daya Saing*.Skripsi.Jakarta :Universitas Indonesia
- Reza, M. 2013.*Kandungan Gizi dan Manfaat Kacang Mete*.URL :<http://kesehatan.kompasiana.com/makanan/2013/10/16/kandungan-gizi-dan-manfaat-kacang-mete-601867.html> diakses tanggal 17 Februari 2018
- Rina Rachmawati.2011.*Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*.Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011.Semarang : Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi, FT, Universitas Negeri Semarang
- Suprati, M. L. 2004. *Jelly Jambu Mete*. Yogyakarta : Kanisius
- Taylor, L,1996. *Cajueiro (Anacardium occidentale)*.URL :<http://www.raintree.com/cajueiro.htm#.VYTFsNyqqkr> diakses tanggal 17 Februari 2018
- Tull, D.S. and L.R.Kahle. 1990.*Marketing Management*: New York
- Yudistira. 2016. *Potensi Nusa Penida Dikembangkan*. URL :<http://travel.kompas.com/read/2016/04/06/071600027/Potensi.Nusa.Penida.Dikembangkan> diakses tanggal 17 Februari 2018