

Pengukuran Daya Saing dan Persepsi Konsumen Terhadap Belimbing Tasikmadu di Kabupaten Tuban Jawa Timur

Competitive Measurement and Consumer Perception of Tasikmadu Starfruit in Tuban District East Java

Diana Mubarakah, ✉Novi D.B Tamami

Program Studi Agribisnis Universitas Trunojoyo Madura

DOI: <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i2.310>

ARTICLE INFO

Daya saing,
PAM (Policy Analysis Matrix),
Cochran Q Test,
Belimbing Tasikmadu.
Competitiveness,
PAM (Policy Analysis Matrix),
Cochran Q Test,
Tasikmadu Starfruit.

Article History:

Received : November 2019

Accepted : December 2019

Abstrak:

Banyaknya tingkat persaingan belimbing dengan buah lainnya membuat penelitian ini mengarah ke daya saing dan persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya saing dan persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu. Penelitian ini menggunakan metode PAM (Policy Analysis Matrix) dan Cochran Q Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai PP Rp. 272.867.189; SP Rp. 1.527.907.516; PCR 0,4 dan DRRCR 0,1 sehingga berdaya saing sangat tinggi. Nilai cochran Q 1,634 yang nilainya lebih besar dari X^2 22,362. Artinya responden mempunyai proporsi jawaban "ya" yang sama terhadap 14 atribut yang ditawarkan. Hal yang perlu dilakukan yaitu ekstensifikasi belimbing tasikmadu di wilayah lain serta menciptakan pasar baru. Memaksimalkan penggunaan kemasan berbahan kardus daripada kemasan plastik.

Abstract:

The many levels of starfruit competition with other fruits make this research lead to competitiveness and consumer perception of tasikmadu starfruit. The purpose of this study was to determine the competitiveness and consumer perception of tasikmadu starfruit. This study uses the PAM (Policy Analysis Matrix) and Cochran Q Test methods. The results showed that the PP value was Rp. 272.867.189; SP Rp. 1.527.907.516; PCR 0,4 and DRRCR 0,1 so it is very competitive. Cochran value Q 1,634 which value is greater than X^2 22,362. This means that respondents have the same proportion of "yes" answers to the 14 attributes offered. Things that need to be done are extensification of tasikmadu starfruit in other regions and creating new markets. Maximize the use of cardboard packaging rather than plastic packaging.

Pendahuluan

PDB pertanian tahun 2012-2016 rata-rata sebesar 13,40%, dimana hortikultura memberikan kontribusinya sebesar 1,49% dari total keseluruhan (Kurniasih, 2018) Hortikultura berperan sebagai subsektor yang mempunyai nilai ekonomis tinggi

sehingga usaha ini dapat dijadikan sumber pendapatan bagi petani dan pelaku usaha lainnya, baik ukuran mikro, kecil, menengah maupun besar (Huda, 2011).

Buah termasuk salah satu bagian dari hortikultura yang tingkat konsumsinya besar. Tahun 2016, penduduk Indonesia

Cite this as:

Mubarakah, D., Tamami, N. D. B. (2019). Pengukuran Daya Saing dan Persepsi Konsumen Terhadap Belimbing Tasikmadu di Kabupaten Tuban Jawa Timur. *Cakrawala*, 13(2). 219-227. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v13i2.310>.

✉Corresponding author :

Address : Jl. Raya Telang No. 2 Kamal Bangkalan Jawa Timur
Email : nopy.agb@gmail.com
Phone : -

© 2019 Badan Penelitian dan Pengembangan
Provinsi Jawa Timur
p-ISSN 1978-0354 | e-ISSN 2622-013X

mengonsumsi buah sebesar 73,59% (BPS, 2017). Jumlah tersebut hampir mendekati $\frac{3}{4}$ penduduk Indonesia. Meskipun mayoritas penduduk mengonsumsi buah, namun tingkat konsumsinya masih rendah dan jauh di bawah standar yaitu 67 dari total rekomendasi 400 gram/kapita/hari (BPS, 2017).

Keputusan Menteri Pertanian Nomor 511/Kpts/PD.9/2006 menyatakan bahwa belimbing termasuk salah satu jenis buah yang ditangani dan mendapatkan perhatian pemerintah (Kementerian Pertanian, 2006). Belimbing mempunyai prospek pengembangan yang cukup cerah, baik untuk pasar domestik maupun luar negeri (Kurniasih, 2018). Tren ekspor belimbing mengalami fluktuasi yang cenderung menurun selama tahun 2014-2017. Tingkat ekspor buah ini lebih rendah jika dibandingkan dengan komoditas buah lainnya. Demikian halnya tingkat konsumsi yang mana lebih rendah dari buah lainnya juga.

Tingginya tingkat persaingan belimbing dengan buah lainnya membuat buah ini menjadi komoditas dengan konsumsi rendah yang dapat berpengaruh pada permintaan. Tahun 2013-2017 produksi, luas panen dan produktivitas belimbing mengalami fluktuasi. Meskipun rata-rata produksi dan luas panen buah ini terendah jika dibandingkan buah lainnya, namun produktivitasnya cukup tinggi daripada mangga, jambu, nangka, rambutan, saw, alpokat, duku dan durian yang produksi dan luas panennya tinggi.

Komoditas buah yang menjadi varietas unggulan Kabupaten Tuban adalah belimbing tasikmadu. Buah tersebut terdapat di Kecamatan Palang, total produksi sebesar 1061 ton tahun 2017 (BPS, 2018). Buah ini telah memperoleh sertifikat hak paten dari Kementerian Pertanian No. 314/KPTS/SR.120/5/2007. Tingginya tingkat persaingan belimbing dengan buah lainnya menjadikan penelitian

ini mengarah ke daya saing dan persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengetahui daya saing belimbing tasikmadu dari sisi petani dan (2) Mengetahui persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu.

Tinjauan Pustaka

Daya Saing

Konsep daya saing tidak bisa dilepaskan dari evolusi teori daya saing itu sendiri. Teori daya saing pertama lebih spesifik membahas tentang kemampuan suatu perusahaan agar tetap survive dalam pasar yang dinamis. Dari teori daya saing pada tingkat perusahaan dalam suatu negara, kemudian berkembang menjadi suatu konsep daya saing antar negara (Wardhani & Agustina, 2012).

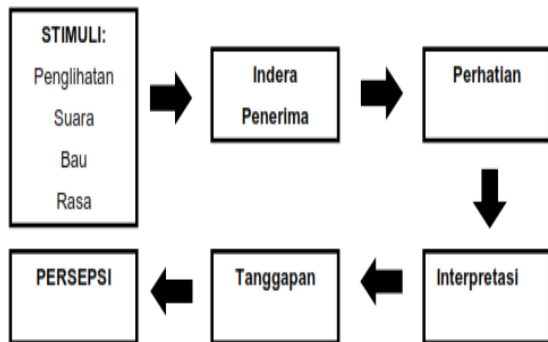
Konsep daya saing yang lain menurut Sudiyarto (2006), merupakan suatu konsep yang menyatakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditas yang bermutu baik dengan biaya produksi yang cukup rendah. Sehingga harga yang terjadi di pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh harga laba yang mencukupi sehingga dapat mempertahankan kelanjutan dari biaya produksinya.

Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen bukan hanya kegiatan yang dilakukan untuk membeli apa yang yang dibutuhkan, tetapi termasuk juga dimana konsumen membeli, bagaimana kebiasaannya, dan dalam kondisi apa konsumen membeli barang maupun jasa (Susanti, 2003). Sangadji dan Sopiha (2013), persepsi adalah makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli yang kita dapatkan melalui lima indera. Persepsi manusia itu dibentuk oleh:

1. Karakteristik dari stimuli

2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya dan
3. Keadaan-keadaan di dalam diri kita sendiri.



Gambar 1. Proses Perseptual

Sumber: Sangadji & Sopiya, 2013

Proses persepsi yang terjadi mencakup seleksi, organisasi dan interpretasi perseptual.

a. Seleksi perseptual

Terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan set psikologis yang dimiliki atau berdasarkan berbagai informasi yang terdapat pada memori konsumen. Terjadinya seleksi perseptual didahului dengan adanya perhatian dari konsumen kepada stimulus.

b. Organisasi perseptual

Konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk dapat memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.

c. Interpretasi perseptual

Pemberian interpretasi atas stimuli yang diperoleh konsumen. Hal ini didasarkan pada pengalaman masa lalu dimana masih tersimpan dalam ingatan konsumen jangka panjang.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Tasikmadu Kecamatan Palang Kabupaten Tuban. Lokasi tersebut dipilih secara *purposive*. Menurut Keputusan Kementerian Pertanian No. 314/KPTS/SR.120/5/2007, belimbing

tasikmadu merupakan varietas yang sudah dipatenkan menjadi komoditas unggulan Tuban. Sampel dalam penelitian ini adalah petani dan konsumen belimbing tasikmadu yang ditentukan melalui metode *sampling total* dan *accidental sampling*. Data dari petani diperoleh melalui metode *sampling total* dan data dari konsumen menggunakan metode *accidental sampling*.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Pustaka terdahulu seperti buku, jurnal, BPS (Badan Pusat Statistika), Kementerian Pertanian, buku desa, artikel ilmiah dan tesis menjadi sumber data sekunder.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PAM (*Policy Analysis Matrix*) dan *Cochran Q Test*. Analisis PAM adalah alat yang digunakan untuk mengukur daya saing dengan menghitung keuntungan finansial dan analisis *benefit cost* secara finansial, pengukuran efisiensi dengan menghitung keuntungan sosial serta analisis *benefit cost* secara sosial dan melakukan pengukuran akibat kebijakan terhadap keluaran maupun masukan dengan perhitungan transfer effect (Perason dkk., 2005).

Berdasarkan Tabel 1, yang berkaitan dengan matriks PAM diperoleh indikator daya saing sebagai berikut:

1. Analisis keuntungan privat atau *private provitability* (PP) atau $D = A - (B + C)$
2. Analisis keuntungan sosial atau *social profitability* (SP) atau $H = E - (F + G)$
3. Efisiensi finansial (keunggulan kompetitif) dengan indikator *private cost ratio* (PCR), dimana $PCR = C / (A - B)$
4. Analisis efisiensi ekonomik (keunggulan komparatif) dengan indikator *domestic resources cost ratio* (DRCR), dimana $DRCR = G / (E - F)$.

Kriteria indikator daya saing dinyatakan berdaya saing yaitu apabila

Tabel 2. Matriks Kebijakan atau PAM (Policy Analysis Matrix)

Uraian	Penerimaan	Biaya		Profit
		Input Tradable	Input Domestic	
Harga privat	A	B	C	D
Harga social	E	F	G	H
Policy transfer	I	J	K	L

Sumber: Rahmi dkk. (2014)

nilai $PP > 0$, maka komoditas belimbing mendapatkan keuntungan di atas normal. $SP > 0$, maka komoditas belimbing mendapatkan keunggulan komparatif atau efisiensi dari sistem komoditas yang tidak terdapat divergensi dan penerapan kebijakan yang efisien. Nilai $PCR < 1$, maka sistem produksi usahatani belimbing mampu membiayai faktor domestiknya pada harga privat (mempunyai keunggulan kompetitif). Nilai $DRCR < 1$, maka usahatani belimbing mempunyai keunggulan komparatif.

Menurut Setiawan dkk. (2014), kriteria penilaian dalam daya saing adalah sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Mendapatkan nilai “sangat tinggi” apabila nilai PP, SP, PCR dan $DRCR$ semuanya positif. Apabila nilai ke empat indikator tersebut terdapat 3 yang positif dan 1 negatif maka dinyatakan dengan “tinggi”. Dinyatakan “sedang” apabila terdapat 2 indikator bernilai positif dan 2 negatif. Nilai “rendah” diperoleh apabila terdapat 3 indikator negatif dan 1 positif. Dinyatakan “sangat rendah” apabila nilai keempat indikator tersebut negatif.

Analisis *Cochran Q Test* menggunakan skala nominal yaitu 0 untuk jawaban “tidak” dan 1 untuk jawaban “ya”. Berikut adalah persamaan *cochran q test*:

$$Q = \frac{(k-1)\{k \sum_j^k c_j^2 - (k \sum_j^k c_j)^2\}}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2} \dots 1$$

Keterangan:

- k : jumlah atribut pertanyaan
- n : jumlah responden
- C_j : kolom (atribut)
- R_i : baris (responden)

Kriteria pengambilan keputusan dalam analisis ini yaitu apabila Q hitung $< Q$ table (tabel X^2) maka menerima H_0 (konsumen mempunyai proporsi jawaban “ya” yang sama). Menerima H_1 (konsumen mempunyai proporsi jawaban “ya” yang berbeda) apabila Q hitung $> Q$ tabel (tabel X^2).

Hasil dan Pembahasan Daya Saing Belimbing Tasikmadu di Kabupaten Tuban

Analisis daya saing diukur menggunakan PAM (*Policy Analysis Matrix*). Alat ini mengukur daya saing dengan menghitung keuntungan secara finansial (pribadi) serta *benefit cost analysis* pada harga privat. Pengukuran tingkat efisiensi melalui perhitungan keuntungan sosial dan *benefit cost analysis* dengan harga sosial. Berikut adalah hasil analisis daya saing menggunakan PAM (*Policy Analysis Matrix*):

Berdasarkan Tabel 3, keuntungan secara privat yang diperoleh petani dalam berusahatani belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban sebesar Rp. 272.867.189 per tahun. Secara ekonomi keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 1.527.907.516 per tahun. Keuntungan tersebut secara ekonomi jauh lebih besar daripada secara privat. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan secara privat lebih besar daripada secara ekonomi. Penerimaan secara privat juga lebih kecil daripada secara ekonomi. Hal ini dikarenakan harga jual belimbing tasikmadu secara privat lebih kecil daripada secara ekonomi. Harga

Tabel 3. Matriks Kebijakan atau *Policy Analysis Matrix* Usahatani Belimbing di Kabupaten Tuban

Uraian	Penerimaan (Rp)/	Biaya (Rp)		Keuntungan (Rp)
		Input <i>Tradable</i>	Input Domestik	
Privat	455.666.756	12.455.365	170.344.202	272.867.189
Sosial	1.700.884.229	8.566.942	164.409.771	1.527.907.516
Efek Divergensi	-1.245.217.473	3.888.423	5.934.431	-1.255.040.327

Sumber: Data primer diolah, 2019

jual belimbing di tingkat petani secara privat sebesar Rp. 11.250 per kg dan secara ekonomi sebesar Rp. 42.245 per kg.

Biaya yang dikeluarkan dalam usahatani belimbing secara finansial atau privat sebesar Rp. 182.799.567. Biaya tersebut dibagi menjadi biaya domestik dan *tradable*. Biaya domestik dalam usahatani ini cenderung lebih besar daripada biaya *tradablenya*, dimana nilainya sebesar Rp. 170.344.202 > Rp. 12.455.365. Demikian juga biaya secara ekonomi yang nilainya sebesar Rp. 172.976.713. Biaya tersebut didominasi oleh biaya domestik dengan nilai sebesar Rp. 164.409.771. Tingginya biaya domestik baik secara finansial maupun ekonomi dikarenakan input yang digunakan dalam usahatani ini bersumber dari dalam negeri. Artinya negara mampu menyediakan input dalam usahatani ini.

Daya saing suatu komoditas diukur menggunakan 4 indikator. *Private profitability* (keuntungan privat), *social profitability* (keuntungan sosial), *private cost ratio* (efisiensi finansial) dan *domestic resources cost ratio* (efisiensi ekonomi) merupakan indikator tersebut. Keempat indikator diperoleh dengan menggunakan matrik analisis kebijakan (PAM).

Tabel 4 mengindikasikan bahwa nilai PP yang diperoleh petani belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban sebesar Rp. 272.867.189. Nilai tersebut lebih besar dari 0 dan positif. Dengan demikian usahatani tersebut layak secara finansial dan mempunyai keunggulan kompetitif. Apabila nilai PP positif maka usahatani

tersebut memperoleh keuntungan dan layak secara finansial. Demikian juga menurut Setiawan dkk. (2014), yang menyatakan jika nilai PP lebih besar dari 0 maka secara finansial menguntungkan dan mempunyai keunggulan kompetitif.

Tabel 4. Indikator Daya Saing Usahatani Belimbing di Kabupaten Tuban

Uraian	Nilai
PP (<i>Profit Provitability</i>)	Rp.272.867.189
SP (<i>Social Provitability</i>)	Rp.1.527.907.516
PCR (<i>Private Cost Ratio</i>)	0,4
DRCR (<i>Domestic Resources Cost Ratio</i>)	0,1

Sumber: Data primer diolah, 2019

Nilai SP yang diperoleh petani belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban sebesar Rp. 1.527.907.516. Nilai tersebut lebih besar dari 0 dan positif. Dengan demikian usahatani tersebut layak secara ekonomi dan mempunyai keunggulan komparatif. Menurut Setiawan dkk. (2014), komoditas dikatakan mempunyai keunggulan komparatif apabila nilai SP lebih besar dari 0. Nilai SP yang positif dapat menunjukkan petani memperoleh keuntungan dan layak secara ekonomi. Nilai PCR dan DRCR sebesar 0,4 dan 0,1. Nilai tersebut < 1 sehingga usahatani belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban mempunyai keunggulan kompetitif dan komparatif.

Berdasarkan hasil analisis keunggulan kompetitif dan komparatif di atas, maka setiap indikator yaitu *Private Profitability*,

Tabel 5. Penilaian Daya Saing Usahatani Belimbing di Kabupaten Tuban Tahun 2018

Indikator	Nilai	Kriteria	Arti	Nilai Gabungan	Daya Saing
PP (<i>Private Profitability</i>)	Rp. 272.867.189	Positif	Berdaya saing	4 Positif	Sangat Tinggi
SP (<i>Social profitability</i>)	Rp. 1.527.907.516	Positif	Berdaya saing		
PCR (<i>Private Cost Ratio</i>)	0,4	Positif	Berdaya saing		
DRCR (<i>Domestic Resources Cost Ratio</i>)	0,1	Positif	Berdaya saing		

Sumber: Data primer diolah, 2019

Social Profitability, *Private Cost Ratio* dan *Domestic Resources Cost Ratio* akan mendapatkan penilaian positif atau negatif. Penggabungan nilai tersebut dijadikan kriteria penilaian daya saing.

Nilai PP (*privat profitability*), SP (*social profitability*), PCR (*privat cost ratio*) dan DRCR (*domestic resource cost ratio*) yang mengalami kerugian akan diberikan nilai negatif dan sebaliknya. Menurut Kohari, *et. al* dalam Setiawan *et. al* (2014) terdapat 5 kriteria penilaian daya saing yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

Berdasarkan Tabel 5, nilai keempat indikator tersebut menunjukkan positif, sehingga dinyatakan berdaya saing sangat tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian Kohari dalam Setiawan dkk. (2014), yang menyatakan apabila nilai 4 indikator tersebut semuanya positif, maka komoditas tersebut berdaya saing sangat tinggi. Namun, dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa usahatani kelapa di Kabupaten Kupang mempunyai daya saing sedang. Hal ini dikarenakan dari keempat indikator terdapat 2 bernilai negatif dan 2 positif.

Kategori daya saing belimbing yang termasuk ke dalam sangat tinggi dikarenakan belimbing yang diusahakan adalah varietas unggulan. Menurut SK Kementerian Pertanian No. 314/Kpts/SR.120/5/2007, belimbing tasikmadu ditetapkan sebagai varietas unggulan yang

mempunyai keunggulan diantaranya: 1) Penampilan buahnya sangat menarik karena berwarna kuning terang dan mengkilap sampai orange apabila telah matang penuh. 2) Ukuran buah berkisar antara 170-400 gram per buah. 3) Daging buah tebal, rasa sangat manis dan tidak berserat. 4) Mempunyai kandungan air yang tinggi. 5) Aroma buah sangat harum.

Pelaku agribisnis di lokasi penelitian juga telah mengikuti kegiatan sekolah lapang agribisnis berdasarkan keputusan Kepala Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan Kab. Tuban No. 188.45/197/414.104/2014.

Persepsi Konsumen Terhadap Belimbing Tasikmadu di Kabupaten Tuban

Persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban ini diukur menggunakan analisis *cochran q test*. Terdapat beberapa atribut produk yang menjadi penilaian konsumen terhadap belimbing. Atribut-atribut ini menjadi salah satu pertimbangan untuk mengonsumsi belimbing tersebut. Atribut tersebut diantaranya rasa, kandungan gizi, manfaat, ketersediaan, aroma, warna, tekstur, kemasan, ukuran, umur simpan dan harga. Pada hal ini kebijakan terkait dengan penggunaan kemasan kardus perlu untuk ditingkatkan kembali. Pada penelitian ini diketahui bahwa pelaku agribisnis menggunakan plastik untuk

kemasannya, padahal diketahui plastik merupakan produk yang menjadi sampah dan sulit terurai. Sejalan dengan penelitian Khasan & Fauziyah (2019), menjelaskan bahwa atribut pada produk kopi putih yang mempengaruhi pembelian adalah harga, rasa, tekstur dan kemasan.

Analisis persepsi konsumen dilakukan melalui program statistik SPSS 12. Terdapat 11 atribut dalam menentukan persepsi konsumen terhadap belimbing tasikmadu. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai X^2 tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$). Terdapat 2 hipotesis dalam pengujian ini yaitu:

H_0 : Konsumen mempunyai proporsi jawaban “Ya” yang sama.

H_1 : Konsumen mempunyai proporsi jawaban “Ya” yang berbeda.

Syarat pengambilan keputusan dalam pengujian ini yaitu akan menerima H_0 apabila nilai Q hitung < Q tabel (X^2) dan menerima H_1 ketika nilai Q hitung > Q tabel (X^2). Nilai X^2 tabel dengan 14 atribut pertanyaan dengan nilai df 13 adalah 22,362.

Tabel 6. Analisis Cochran Q Test Terhadap Belimbing di Kabupaten Tuban

	Test Statistic
N	30
Cochran's Q	1.634E2 ^a
Df	13
Asymp. Sig	0.000

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 6, menunjukkan nilai *cochran q test* setelah dilakukan analisis. Nilai cochran diperoleh sebesar 1,634 dimana nilai Q tabel (X^2) nya sebesar 22,362. Dengan demikian, nilai tersebut < nilai Q tabel (X^2)nya sehingga menerima H_0 . Artinya konsumen mempunyai proporsi jawaban “ya” yang sama. Responden dianggap sepakat dengan semua atribut yang ditawarkan.

Simpulan

Hasil analisis PAM menunjukkan bahwa belimbing tasikmadu di Kabupaten Tuban mempunyai daya saing yang sangat tinggi. Analisis persepsi konsumen menggunakan *cochran q test* juga menunjukkan hasil bahwa semua responden menyatakan setuju dengan atribut yang ditawarkan. Saran peneliti yang dapat diterapkan adalah melakukan ekstensifikasi komoditas belimbing tasikmadu di wilayah lain dan menciptakan pasar baru untuk komoditas tersebut. Memaksimalkan penggunaan kemasan berbahan kardus daripada kemasan plastik.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Kecamatan Palang Dalam Angka 2018*. <https://tubankab.bps.go.id/publication/2018/01/02/82d03c2882506d4ae3056f33/kecamatan-palang-dalam-angka-2017.html>. Diakses tanggal 12 September 2018.
- Huda, Prajogo U. 2011. Outlook Pertanian 2010-2025. https://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/files/Anjak_2011_4_03.pdf. Diakses tanggal 15 Oktober 2018
- Kartika, Ivana dan Yulianti. (2018). *Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran Produksi Beras pada CV. Cempaka Jaya, Metro – Lampung*. https://repository.maranatha.edu/5610/11/0623042_Journal.pdf. Diakses tanggal 22 Oktober 2018.
- Kementerian Pertanian. (2018). *Statistik Pertanian 2018*. <http://pangan.litbang.pertanian.go.id/files/Statistik/StatistikPertanian2017.pdf>. Diakses tanggal 15 Oktober 2018.

- Kementerian Pertanian. (2007). Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 314/Kpts/SR.120/5/2007. *Pelepasan Belimbing Tasikmadu Sebagai Varietas Unggul*.
- Kementerian Pertanian. Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 511/Kpts/PD.9/2006. *Jenis Komoditi Tanaman Binaan Direktorat Jenderal Perkebunan, Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Direktorat Jenderal Hortikultura*. https://ap1.pertanian.go.id/simppi_v3/assets/files/Kepmen_511_2006_Komoditi_Binaan.pdf. Diakses tanggal 19 Oktober 2018.
- Khasan, U., Fauziyah, E. (2019). Pemetaan *Image* Konsumen terhadap Produk *White Coffee* di Hypermart Bangkalan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2). 78-88. <http://dx.doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.1-7>.
- Kurniasih, S. (2018). Analisis Daya Saing Usaha Budidaya Belimbing di Kecamatan Pancoran Mas Dan Sawangan, Kota Depok. *Skripsi*. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Pearson, S., Carl, G., dan Sjaiful, B. (2005). *Aplikasi Policy Analysis Matrix Pada Pertanian Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Rahmi, P. P., Suwarsinah, Rr. H. K., Winandi, R. (2014). Analisis Daya Saing dan Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Komoditas Teh (Studi Kasus: Ptpn VIII Afdeling Rancabali III). *Forum Agribisnis*, 4(2). 153-169.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Saragih, B. (2010). *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. IPB Press. Bogor.
- Saptana, Sumaryanto dan Supena Friyatno. (2018). *Analisis Keunggulan Komparatif dan kompetitif Komoditas Kentang dan Kubis di Wonosobo Jawa Tengah*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca/article/view/4015>. Diakses tanggal 15 Oktober 2018.
- Setiawan, K., Hartono, S., dan Suryantini, A. (2014). Analisis Daya Saing Komoditas Kelapa di Kabupaten Kupang. *AGRITECH*, 14(1). 1-9
- Sudiyarto. (2006). Daya Saing Produk Agribisnis Berprespektif Pasar Global dengan Orientasi Perilaku Konsumen. *Prosiding*. Seminar Nasional “Agribisnis Dalam Perspektif Ketahanan Nasional Guna Memenangkan Persaingan Global”. Tanggal 5 Juli 2006 di ruang seminar Pascasarjana UPN “Veteran” Jawa Timur.

- Susanti, C. E. (2003). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Merek Milan di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 3(2). 140-159.
- Tambunan, T. (2004). *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Hadiyati, N. I., dan Teguh, S. A. (2018). *Analisis Daya Saing Apel Jawa Timur (Studi Kasus Apel Batu, Nongkojajar dan Poncokusumo*. <http://www.jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/AGROMIX/article/view/563/455>. Diakses tanggal 4 Oktober 2018.
- Wardhani, R. S., Agustina, Y. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember (JAUJ)*, 10(2). 64-96. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>