

## ANALISIS PELUANG PASAR UNTUK MENGEMBANGKAN PRODUK OLAHAN JAMUR MERANG DI JAWA TIMUR

Mochamad Yunus Fitriady

Politeknik Negeri Media Kreatif, Jalan Srengseh Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12640

Email: [yunus\\_fitriady@yahoo.co.id](mailto:yunus_fitriady@yahoo.co.id)

### Abstrak

*Pengelola usaha produk olahan jamur merang yang masih tergolong baru tentu akan kesulitan beroperasi dalam pasar yang luas. Pemilihan lokasi pemasaran yang tepat dan potensial adalah langkah awal bagi manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pasar yang paling potensial produk olahan jamur merang di Provinsi Jawa Timur. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis data tabulasi dan analisis penilaian "factor rating". Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peluang pasar yang paling potensial adalah dengan total nilai tertinggi sebesar 8.600, adalah Kabupaten Jember, kemudian diikuti dengan total nilai 8.350, yakni Kabupaten Malang. Pertimbangan keputusan antara pertama dan kedua, tidak harus pertama yang didahulukan, tetapi tidak menutup kemungkinan Kabupaten Malang yang mendekati pasar potensial juga mendapat perhatian yang lebih dari pihak pengelola usaha produk olahan jamur merang.*

*Kata Kunci : Peluang Pasar, Pasar Potensial*

### Abstract

*Business manager of processed mushroom products are still relatively new course will have difficulty operating in the broad market. Site selection and proper marketing potential is the first step for management. This study aims to determine the most market potential of processed mushroom products in the province of East Java. Research carried out descriptive quantitative, using data tabulation and analysis analysis assessment "factor rating". Data collected by observation, interview and documentation. Research instrument using an interview guide. The results can be concluded that the most potential market opportunity is the highest total value for 8600, is Jember, then followed with a total value of 8350, the District of Malang. Consideration of decisions between the first and second, not necessarily the first priority, but does not rule out the possibility of Malang Regency approaching potential market also got more attention than the manager of the business of processed mushroom products.*

*Keywords: Market Opportunities, Market Potential*

## PENDAHULUAN

Jamur merang (*volvariella volvaceae*) adalah salah satu hasil pertanian yang banyak dikembangkan dengan pesat pada dewasa ini, terutama didaerah pedesaan. Dalam perkembangannya jamur merang bukan hanya sebagai konsumsi sayur, akan tetapi juga dengan rekayasa teknologi pengolahan pangan, maka jamur merang dapat diproduksi menjadi produk

olahan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Ternyata keunggulan dari jamur merang (*volvariella volvaceae*) adalah bukan hanya pada jamur merang yang bermutu bagus, akan tetapi yang bermutu rendah juga dapat diproduksi menjadi krupuk, kripik, stik, dan lain-lain dengan harga yang relative tinggi. Sehingga kualitas bahan jamur merang yang tidak baik dapat diatasi.

Potensi agroindustri produk olahan jamur merang tersebut tentunya perlu ada upaya pemasarannya. Produsen atau Pemasar akan mendapatkan kesulitan dalam pemasaran produk olahan tersebut dalam skala pasar yang luas. Oleh karena itu, selain penilaian lokasi produksi yang baik, tentunya lokasi pemasaran yang tepat dan potensial adalah kegiatan awal bagi manajemen. Karena mengenali pasar potensial suatu produk akan berpengaruh pada volume penjualan dan keuntungan yang di dapat oleh pemasar menjadi meningkat.

Pasar sasaran yang akan dijadikan obyek penelitian adalah Propinsi Jawa Timur dengan melakukan segmentasi pasar dan menentukan kebutuhan dan keinginan dari segmen pasar. Sejauhmana aktivitas pemasaran berjalan efektif dan efisien jika telah memenuhi selera dan kebutuhan pasar, oleh karena itu peneliti tertarik mengungkap sejauh mana analisis peluang pasar untuk mengembangkan produk olahan Jamur Merang di Jawa Timur.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi permasalahan masalahnya, yaitu: Bagaimana peluang pasar untuk mengembangkan produk olahan jamur merang di provinsi Jawa Timur.

Penelitian ini bertujuan, yaitu: (a) Menentukan pasar sasaran yang potensial untuk pengembangan produk olahan jamur merang di provinsi Jawa Timur. (b) Mendiskripsikan atau menggambarkan kondisi pasar di provinsi Jawa Timur melalui segmen-segmen yang ada.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di provinsi Jawa Timur dengan 5 Kabupaten dengan alasan untuk mendapatkan informasi secara mendetail tentang pasar sasaran untuk produk olahan jamur merang. Jangka waktu penelitian adalah 4 bulan yaitu dilaksanakan mulai bulan September—Desember 2007. Adapun jumlah sampelnya adalah 4 kabupaten, yaitu: Malang, Jember, Lumajang dan Mojokerto dengan alasan bahwa tingkat pengetahuan, jumlah penduduk, penghidupan keluarga, pendapatan, status sosial dari keempat kabupaten tersebut dianggap lebih baik dari yang lainnya. Selain itu juga masyarakatnya juga memiliki sifat konsumtif yang lebih besar, dimana hal ini berdampak pada daya beli masyarakatnya yang semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis data

tabulasi, dan analisis penilaian lokasi “faktor rating”. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara dengan lima Kabupaten dengan alasan untuk mendapatkan informasi secara mendetail tentang pasar sasaran untuk produk olahan jamur merang. Jangka waktu penelitian adalah 4 bulan yaitu dilaksanakan mulai bulan September—Desember 2007. Adapun jumlah sampelnya adalah 4 kabupaten, yaitu: Malang, Jember, Lumajang dan Mojokerto dengan alasan bahwa tingkat pengetahuan, jumlah penduduk, penghidupan keluarga, pendapatan, status sosial dari keempat kabupaten tersebut dianggap lebih baik dari yang lainnya. Selain itu juga masyarakatnya juga memiliki sifat konsumtif yang lebih besar, dimana hal ini berdampak pada daya beli masyarakatnya yang semakin meningkat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menentukan segmen pasar potensial dapat dilihat dari segmen geografik yang meliputi luas wilayah dan demografinya yang meliputi tingkat kepadatan penduduk, tingkat pengetahuan (pendidikan), jumlah penduduk, jumlah ibu rumah tangga, tingkat pendapatan keluarga dan segmen manfaat yang meliputi sikap dan perilaku masyarakat terhadap produk. Analisis peluang pasar potensial ini juga memperhatikan kondisi pesaing yang ada di Provinsi Jawa Timur. Pesaing sangat menentukan perkembangan penjualan di masa yang akan datang. Dari identifikasi produk terlihat bahwa produk olahan jamur merang adalah snack dan camilan yang sehat dan bergizi.

### A. Identifikasi Potensi

#### 1 Tingkat Kepadatan Penduduk

Keputusan memasuki wilayah pemasaran bisa didapat melalui segmentasi geografi, yaitu pembagian pasar menjadi unit-unit wilayah yang berbeda-beda, dalam hal ini Kabupaten Jember, Kabupaten Lumajang, Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Malang. Selain itu juga dilihat dari luas wilayah dari masing-masing kabupaten tersebut, jumlah penduduknya, dan kepadatan penduduknya. Wilayah pemasaran yang potensial adalah

wilayah yang mempunyai kepadatan penduduk yang sangat besar.

Jumlah keseluruhan penduduk baik laki-laki maupun perempuan yang telah kami teliti di 4 (empat) Kabupaten dapat dilihat pada “Tabel.1”.

**Tabel. 1 Jumlah Penduduk**

Wilayah	Luas Wilayah (KM <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/KM <sup>2</sup> )	Rating
Kab. Jember	2.478	2.137.509	863	II
Kab. Lumajang	1.791	1.017.838	568	IV
Kab. Mojokerto	692	920.615	1.330	I
Kab. Malang	2.977	2.298.001	772	III

Sumber: BPS Kabupaten Jember, Lumajang, Mojokerto dan Kabupaten Malang, 2005: di olah

Dari “Tabel.1” diatas dapat disimpulkan bahwa wilayah Kabupaten Mojokerto memiliki kepadatan penduduk yang besar dibandingkan wilayah yang lain. Semakin besar kepadatan penduduk semakin tinggi pula peluang dalam membeli dan mengkonsumsi barang.

## 2 Tingkat Pendapatan Masyarakat

Variabel tingkat pendapatan penduduk dapat digunakan untuk mengetahui berapa besar jumlah selisih atau sisa pendapatan dalam kebutuhan hidup sehari-hari. Hal ini sangat penting untuk mengetahui apakah masyarakat mempunyai daya beli untuk produk jamur merang. Karena produk ini bukan merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Bagaimanapun pada umumnya masyarakat akan mendahulukan kebutuhan pokok mereka terlebih dahulu daripada kebutuhan sekundernya. Apabila kebutuhan pokok sudah terpenuhi maka selanjutnya mereka akan memenuhi kebutuhan sekunder. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar mengapa tingkat pendapatan masyarakat sangat berpengaruh untuk menentukan peluang pasar. Tingkat pendapatan masyarakat yang telah kami teliti di 4 (empat) Kabupaten dapat dilihat pada “Tabel. 2”.

Dari “Tabel.2” diatas dapat disimpulkan bahwa wilayah Kabupaten Jember memiliki selisih pendapatan dengan kebutuhan masyarakat

paling tinggi dibandingkan wilayah yang lain. Semakin tinggi sisa pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup, maka semakin tinggi pula daya beli masyarakat untuk membeli/mengkonsumsi barang.

**Tabel. 2 Tingkat Pendapatan Masyarakat**

Wilayah	Pendapatan rata-rata/ bln	Kebutuhan masyarakat rata-rata/ bln	Selisih Pendapatan dikurangi Kebutuhan Masyarakat	Prosentase	Rating
Kab. Jember	836.700	637.500	199.200	0.24	I
Kab. Lumajang	706.250	607.300	98.950	0.14	III
Kab. Mojokerto	855.000	789.200	65.800	0.07	IV
Kab. Malang	914.000	757.700	156.300	0.17	II

Sumber: BPS Kabupaten Jember, Lumajang, Mojokerto dan Kabupaten Malang, 2005: di olah

## 3 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang diterima oleh masyarakat berpengaruh pada pengetahuan dan informasi yang didapatkan. Kemampuan masyarakat untuk membaca informasi, melihat fenomena yang ada dan mengemukakan kenyataan yang terjadi dalam lingkungannya, tidak lepas dari tingkat pendidikan yang diperoleh. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang diterima mereka maka semakin mudah pula menyerap informasi dan pengetahuan yang ada.

Hal inilah yang menjadi pertimbangan pihak peneliti untuk menggunakan variabel tingkat pendidikan untuk menganalisis peluang pasar. Dengan tingkat pendidikan yang dimiliki masyarakat maka semakin mudah pula pihak manajemen atau pengelola memberikan pengaruh-pengaruh untuk dapat mengadopsi produk yang kita tawarkan. Pengaruh tersebut berupa promosi yang dilakukan oleh seorang wiraniaga dan melalui iklan-iklan pada selebaran-selebaran.

Tingkat pendidikan dari 4 (empat) wilayah Kabupaten yang kami teliti dapat dilihat pada “Tabel. 3” berikut:

**Tabel. 3 Tingkat Pendidikan Masyarakat**

Tingkat Pendidikan	Wilayah			
	Kab. Jember	Kab. Lumajang	Kab. Mojokerto	Kab. Malang
SD	404.404	205.174	205.574	460.449
SMP	214.419	32.111	31.629	392.070
SMA	177.202	22.272	10.525	252.205
D <sup>1&amp;2</sup>	1.359	955	700	2.670
D <sup>3</sup>	10.450	864	876	20.567
S <sup>1</sup>	67.177	3.841	3.675	116.890
S <sup>2</sup>	180	610	623	967
S <sup>3</sup>	56	145	143	289
Jumlah	875.247	265.972	253.745	1.246.107
Prosentase	0.40	0.26	0.27	0.54
Rating	II	IV	III	I

Sumber: BPS Kabupaten Jember, Lumajang, Mojokerto dan Kabupaten Malang, 2005: di olah

Dari “Tabel. 3” tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa Kabupaten Malang mempunyai prosentase tertinggi pada tingkat pendidikan masyarakatnya, yang mempengaruhi pengetahuan dan informasi yang dapat ditangkap oleh konsumen.

#### 4 Analisis Pesaing

Pesaing ini dapat berupa organisasi atau petani jamur merang yang berada pada target pasar yang ditentukan. Untuk itu pengelola harus menyadari bahwa keberhasilan atau kelayakan strategi pemasaran biasanya sangat bergantung pada situasi persaingan. Semakin banyak jumlah pesaing yang ada maka semakin kecil pula peluang pasar untuk berkembang di daerah itu. Kegunaan menilai posisi persaingan suatu produk jelas penting bila memilih strategi kebutuhan selektif. Dalam menganalisis persaingan harus memperhatikan adanya pesaing di pasar.

Pesaing adalah para petani jamur yang ada di daerah tersebut yang akan kehilangan sebagian besar penjualan atau bagian pasarnya jika strategi baru dari pengelola produk olahan jamur merang berhasil. Dengan kata lain pesaing merupakan petani jamur yang ikut melayani pasar target milik pengelola produk olahan jamur merang.

Dalam menganalisis pesaing-pesaing yang ada, “Tabel. 4” menyajikan data para pesaing di setiap wilayah.

Dari “Tabel. 4” tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa Kabupaten Jember menempati peringkat pertama dan Kabupaten Malang menduduki peringkat kedua yang menunjukkan adanya pesaing, jadi apabila dilihat dari adanya pesaing maka Kabupaten Lumajang dan Mojokerto mempunyai peluang sangat besar dibanding kedua Kabupaten tersebut diatas.

**Tabel. 4 Jumlah Petani Jamur**

Wilayah	Jumlah Petani Jamur	Rating
Kabupaten Jember	2	III
Kabupaten Lumajang	-	I
Kabupaten Mojokerto	-	I
Kabupaten Malang	1	II

Sumber: BPS Kabupaten Jember, Lumajang, Mojokerto dan Kabupaten Malang, 2005: di olah

#### 5 Jumlah Penduduk Wanita dan Ibu Rumah Tangga

Penduduk wanita mayoritas mempunyai kecenderungan membeli yang lebih besar dibandingkan laki-laki, jadi apabila dalam satu wilayah penduduk wanita semakin banyak maka tingkat konsumsi barang semakin banyak pula. Jumlah penduduk wanita di setiap Kabupaten dapat dilihat pada “Tabel. 5”. Dari tabel “tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa Kabupaten Jember mempunyai potensi tertinggi pada jumlah ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga merupakan segmen yang dianggap penting karena kebanyakan masyarakat di wilayah Provinsi Jawa Timur ini yang melakukan aktifitas belanja ataupun jual beli dipasar mayoritas ibu-ibu rumah tangga. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Ibu Evi, warga desa Sumpersari Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember yang mengatakan bahwa di daerah tempat ia tinggal, seperti terlihat sehari-hari kebanyakan perempuan sering belanja di pasar walaupun

masih ada orang laki-laki yang belanja, akan tetapi jumlahnya cukup sedikit dibanding dengan jumlah ibu-ibunya.

**Tabel. 5 Jumlah Penduduk Wanita dan Ibu Rumah Tangga**

Wilayah Kabupaten	Jumlah Wanita	Jumlah Ibu rumah tangga	Jumlah Total Penduduk	Rating
Jember	1.089.938	626.334	2.137.509	I
Lumajang	517.889	388.416	1.017.838	III
Mojokerto	464.958	252.508	920.615	IV
Malang	1.161.704	578.984	2.298.001	II

Sumber: BPS Kabupaten Jember, Lumajang, Mojokerto dan Kabupaten Malang, 2005: di olah

Pernyataan ini hampir sama dengan pernyataan ibu-ibu rumah tangga di wilayah Kabupaten Mojokerto, Lumajang dan Malang.

## 6 Segmentasi Manfaat

Segmentasi manfaat berarti pemasar berusaha mengetahui kebutuhan konsumen dan kemudian mengembangkan produk untuk memenuhi kebutuhan itu. Pemasar menggunakan kriteria manfaat untuk menentukan potensi pasar produk baru, dalam hal ini pada produk olahan jamur merang berupa stik. Pada segmen manfaat ini juga untuk mengetahui sikap dan perilaku konsumen untuk produk olahan jamur merang, baik itu pengetahuan, respon dan tanggapan masyarakat. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden, yang memiliki kios (warung) dan survei minat pembeli produk olahan jamur merang, serta dalam hal ini yang menjadi sampel produk adalah stik jamur merang, yang kami temui pada setiap 4 (empat) wilayah Kabupaten, sebagai berikut :Masyarakat di Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember mempunyai anggapan bahwa produk jamur merang akan laku dijual dipasar, karena rasanya bisa lebih gurih dan tentunya mengandung protein tinggi, mereka ingin tahu sekaligus mencoba produk seperti stik, krupuk dan kripik yang berbahan baku jamur merang tersebut. Anggapan ini muncul dari masyarakat sekaligus pemilik kios, salah satunya seperti Bu Sudarmi. Ia beranggapan bahwa produk jamur merang adalah produk yang mempunyai protein dan gizi yang tinggi, baik untuk dikonsumsi, dan

memiliki rasa lebih gurih daripada stik yang lain, dan ia yakin kalau produk berbahan baku jamur merang tersebut akan laku dijual di pasaran, begitu juga dengan pendapat Adi, menurutnya ia pasti membeli stik jamur merang dalam waktu dekat ini dan bersikap positif terhadap produk stik jamur merang tersebut. Seperti halnya pernyataan Alia, yang berdomisili di Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang, yang mempunyai anggapan positif dari rasa, gizi, dan daya tarik produk jamur merang akan dapat menyaingi produk-produk sejenis yang sudah ada, demikian juga menurut Sekar ia sangat mungkin untuk membeli stik jamur merang dalam waktu dekat dan bersikap positif terhadap produk olahan jamur merang.

Lain halnya pada masyarakat di Kecamatan Sooko, Kabupaten Mojokerto yang mempunyai anggapan kurang respon atau acuh tak acuh terhadap produk jamur merang secara keseluruhan, apakah produk tersebut akan laku dijual dipasar, baik untuk dikonsumsi, dan mempunyai rasa yang gurih dari produk sejenis lainnya. Mereka kurang yakin bahwa produk jamur merang dapat bersaing dengan produk lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sumiati yang mengatakan bahwa ia kurang mengetahui kelebihan dan keunggulan produk olahan jamur merang sehingga ia kurang optimis jika krupuk jamur merang mampu bersaing dengan produk lainnya, hal senada juga dinyatakan oleh Sri, bahwasanya ia mungkin membeli dan mempunyai sikap yang netral terhadap produk tersebut. Demikian juga pada masyarakat Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang yang beranggapan kurang respon, seperti pernyataan Zawiyah yang mengatakan ia tahu kelebihan dan keunggulan produk olahan jamur merang, tetapi dia tidak tahu apakah produk tersebut akan mampu bersaing terhadap produk sejenis lainnya baik itu masalah rasa dan harganya, dan Ety juga menyatakan mungkin membeli produk tersebut suatu hari nantinya, dan ia mempunyai sikap yang netral terhadap produk stik tersebut. Jadi dari sini bisa kita lihat pada Kabupaten Jember dan Kabupaten Lumajang mempunyai identifikasi pasar, minat membeli dan sikap yang positif terhadap produk olahan jamur merang, akan tetapi pada Kabupaten Mojokerto

dan Kabupaten Malang masyarakatnya mempunyai sikap acuh tak acuh (netral) terhadap produk tersebut. Pengukuran sikap konsumen bagi pemasar tersebut, pemasar dapat mengembangkan produk olahan jamur merang tersebut.

### 6 Analisis Metode Faktor Rating

Dari semua pembahasan diatas, maka dapat dilihat dan dinilai dengan menggunakan metode pemilihan lokasi, dalam hal ini metode faktor rating, maka akan dapat diketahui lokasi yang paling memenuhi keinginan. Penilaian lokasi tersebut dapat dilihat pada "Tabel. 6".

Jadi dilihat dari "Tabel.6" penilaian lokasi diatas dapat dilihat bahwa total penilaian tertinggi dari keempat wilayah tersebut adalah Kabupaten Jember ini menunjukkan bahwa di Kabupaten Jember merupakan wilayah pasar yang paling potensial dibandingkan dengan wilayah yang lain. Analisis ini tidak menutup kemungkinan untuk mengambil keputusan yang lain maksudnya bukan keputusan terakhir pihak manajemen akan tetapi dapat sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan yang ekonomis dan terbaik.

### KESIMPULAN

Dari pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa peluang pasar yang paling potensial diantara 4 (empat) Kabupaten yaitu Kabupaten Jember. Dilihat dari metode penilaian lokasinya Kabupaten Jember memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan Kabupaten Malang, Mojokerto dan Lumajang. Skor nilai dari Kabupaten Jember adalah 8.600 sedangkan untuk urutan kedua adalah Kabupaten Malang dengan skor nilai 8.350, jadi selisihnya sedikit. Lain halnya dengan 2 (dua) Kabupaten yang lain yaitu Kabupaten Lumajang dan Mojokerto yang masing-masing memiliki skor nilai 7.900 dan 7.600. Pertimbangan keputusan antara pertama dan kedua, tidak harus yang pertama yang didahulukan, tetapi tidak menutup kemungkinan Kabupaten Malang yang mendekati pasar potensial juga mendapat perhatian yang lebih dari pihak pengelola usaha produk olahan jamur merang.

merupakan hal yang sangat penting. Dengan mengetahui sikap

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Biro Kerjasama Luar Negeri, Kemdiknas yang telah memberikan bantuan dana dalam melaksanakan kegiatan penelitian Beasiswa Unggulan Tahap V, tahun 2007. Dan teman-teman di LSM Bedadung, Jember.

### DAFTAR ACUAN

- [1] Faisal. 1990. *Penelitian Kuantitatif: Dasar-dasar dan Aplikasi*. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh.
- [2] Foster, D.W. 1981. *Manajemen Produk dan Pasar: Manajemen yang Sukses di Negara Berkembang (ed.3)*. Jakarta: Erlangga.
- [3] Herjanto, Eddy. 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- [4] Inayah, Chusnul. 1999. *Keripik, Kerupuk, dan Stik Jamur Merang*. Surabaya: Trubus Agrisarana
- [5] Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (ed. 8)*. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Kotler, Philip., Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran Principle of Marketing (ed.1)*. Jakarta: Prehallindo.
- [7] Maulana, Agus. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran (ed.2)*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Mursyid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [9] Singarimbun, M., Effendi. 1981. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- [10] Sutisna, 1991. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (ed.1)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [11] Wiratmo, Masykur. 2001. *Pengantar Kewiraswastaan: Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.