

STRATEGI PRODUK BUAH JERUK LEMON DI UD ABCDEF

Mahmudah¹, Muhammad Zaini², Fitriani³

¹⁾Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis, ²⁾Dosen Jurusan Ekonomi dan Bisnis
Politeknik Negeri Lampung Jalan Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa, Bandar Lampung,
Telp (0721)703995, Fax: (0721)787309
Email¹⁾: mahmudah490@gmail.com

Abstrak

Usaha Dagang (UD) ABCDEF merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang agribisnis hortikultura buah-buahan, salah satu buah yang dihasilkan adalah buah jeruk lemon. Produksi buah jeruk lemon mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh cuaca yang tidak menentu. Penjualan buah jeruk lemon setiap bulan tidak stabil disebabkan oleh faktor yang menghambat pertumbuhan yang mengganggu pertumbuhan produksi buah lemon sehingga terjadi penurunan dan kenaikan jumlah yang dipanen dan berdampak pada penjualan buah jeruk lemon setiap bulannya. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah mengidentifikasi atribut produksi buah jeruk lemon di UD ABCDEF, menganalisis strategi produk dan pemasaran buah jeruk lemon di UD ABCDEF. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Kesimpulan dari hasil Laporan Tugas Akhir ini yaitu atribut produk jeruk lemon UD ABCDEF terdiri dari bentuk, warna, ukuran, keunikan, manfaat, layanan, harga, kemasan, jaminan, ketersediaan produk, cara pembayaran dan sumber informasi. Strategi produk yang diterapkan pada produk buah jeruk lemon meliputi: (1) mutu/kualitas (2) penampilan (*features*) (3) merek (*brand name*) (4) pengemasan (*packaging*) (5) ukuran (*size*). Kondisi produk sejenis milik pesaing hanya memperhatikan beberapa unsur misalnya mutu/kualitas dan beberapa ukuran kemasan yang digunakan.

Kata Kunci: Jeruk Lemon, Produksi dan Penjualan, Strategi Produk

PENDAHULUAN

Jeruk lemon (*Citrus limon linn*) merupakan tanaman yang tergolong dalam buah yang dapat digunakan sebagai obat-obatan tradisional. Jeruk lemon mengandung asam khusus yaitu asam sitrat. Asam sitrat juga dimiliki oleh jenis jeruk lainnya seperti jeruk manis, jeruk nipis, jeruk apel, jeruk strowberry dan lainnya. Asam sitrat yang terkandung pada buah jeruk lemon adalah

71,1% yang dapat digunakan sebagai penyegar makanan dan minuman serta digunakan pada industri kosmetik (Kanisius, 1994).

Berbagai kegunaan buah jeruk lemon menyebabkan tingginya jumlah permintaan dan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi buah jeruk lemon. Balai Penelitian Tanaman Jeruk dan Buah Sub tropika Kementerian Pertanian

(balitjestro kementan) melalui situs resminya, Mei 2018 lalu, mengabarkan bahwa Kementan telah memansir jeruk lemon tanpa biji yang dinamai montaji agrihorti. Surat keterangan (SK) 039/Kpts/SR120/D.27/4/2018, Montaji Agrihorti dapat menjadi salah satu referensi bagi yang berminat mengembangkan, baik sebagai komoditas lingkup kebun maupun tanaman pekarangan (Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura, 2018). Hal ini menjadi prospek usaha yang cukup menjanjikan untuk pengusaha dalam bidang agribisnis.

UD ABCDEF merupakan perusahaan bergerak dalam bidang agribisnis hortikultura buah-buahan, buah yang dihasilkan antara lain buah naga, srikaya jumbo, alpukat, jambu kristal, durian, pepaya kalifornia, jambu air madu deli dan jeruk lemon. Buah jeruk lemon di UD ABCDEF merupakan komoditas baru yang diproduksi di kebun UD ABCDEF 1 dan UD ABCDEF 4. Buah jeruk lemon di fokuskan pada kebun UD ABCDEF 4 dengan populasi tanaman sebanyak 1025 tanaman. Buah jeruk lemon UD ABCDEF merupakan varietas lemon mayer yang di budidayakan dengan bahan organik, banyak mengandung air, kulit tipis, beraroma khas dan tanpa biji. Hasil produksi dan penjualan buah jeruk lemon UD

ABCDEF tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data produksi dan penjualan buah jeruk lemon tahun 2018

2018	Produksi (kg)	Penjualan (kg)
Januari	405,7	166,6
Februari	739,1	327,2
Maret	769,6	314,0
April	469,5	341,7
Mei	234,2	156,1
Juni	362,3	241,8
Juli	414,5	277,2
Agustus	458,6	363,1
September	406	335,2
Oktober	647,8	518,3
November	141,6	114,3
Desember	384,5	310,6
Total	5.433,40	3.466,1
Rata-rata	453	288,8

Tabel 1 menjelaskan jumlah produksi dan penjualan buah jeruk total produksi buah sebanyak 5.433,4 kg, rata-rata jumlah buah yang diproduksi oleh perusahaan sebesar 453 kg/bulan. Produksi tertinggi terjadi pada Maret sebanyak 769,6 kg dan produksi terkecil terjadi pada bulan November sebanyak 141,6 kg. Produksi buah jeruk lemon mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh faktor antara lain cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan buah rusak atau layu sebelum dilakukan proses pemanenan.

Penjualan buah jeruk lemon setiap bulan tidak stabil disebabkan oleh faktor yang menghambat pertumbuhan misalnya penyakit layu daun busuk buah sebelum proses pemanenan dan hama yang mengganggu pertumbuhan produksi buah lemon sehingga terjadi penurunan dan kenaikan jumlah yang dipanen dan berdampak pada penjualan buah jeruk lemon setiap bulannya. Hal ini mendorong perusahaan agar mampu merumuskan strategi pemasaran yang membahas tentang strategi produk untuk meningkatkan jumlah penjualan. Perusahaan dalam mengeluarkan produk baru bertujuan untuk menyediakan produk yang dibutuhkan dan diminati oleh konsumen, sehingga pemasaran buah jeruk lemon UD ABCDEF diharapkan mampu bersaing dengan produk yang dimiliki (Willyanto, 2018). Berdasarkan data yang ada, perusahaan perlu merumuskan strategi produk, sehingga Tugas Akhir ini berjudul “Strategi Produk dan Pemasaran Buah Jeruk Lemon di UD ABCDEF, Sleman, Yogyakarta”.

ISI

Metodologi Pelaksanaan

Penyusunan laporan Tugas Akhir (TA) dilaksanakan pada bulan Maret 2019 sampai dengan Juni 2019 di Politeknik Negeri Lampung, Jalan Soekarno Hatta No. 10 Rajabasa, Bandar

Lampung. Data Tugas Akhir diambil pada tanggal 4 Maret 2019 sampai dengan tanggal 03 Mei 2019 di UD ABCDEF yang beralamatkan di Jalan Kaliurang KM 18,5, Pakem, Sleman, Yogyakarta 55582.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data dalam pengambilan tugas akhir ini yaitu dengan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh adalah data produksi dan data penjualan buah jeruk lemon, wawancara dilakukan dengan 5 narasumber merupakan mahasiswa Praktik Kerja Lapangan di perusahaan UD ABCDEF yang bernama Nagita Widya Ningrum, Nurul Hidayatun Nazah, Nur Laela Sari, Mellyna Asti Pramudani, dan Agung Fadhlullah pada tanggal 23 Agustus 2019 melalui kuisisioner *online*.

Data sekunder yang diperoleh berupa gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan informasi lainnya yang berhubungan dengan objek yang akan dilaporkan, serta informasi lain yang berhubungan dengan topik kajian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir yaitu dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif meliputi perkembangan produksi buah jeruk lemon berupa data

sejarah produksi dan data jumlah produksi dari tahun ketahun, atribut produk, strategi produk buah jeruk lemon. Cara menganalisis terkait strategi

Tabel 2. Unsur-unsur dalam strategi produk.

No	Unsur	Indikator
1	Mutu/kualitas	Ketahanan produk
2	Penampilan (<i>features</i>)	Bentuk Warna
3	Merek (<i>brand names</i>)	Nama Warna Gambar
4	Pengemasan (<i>packing</i>)	Keterangan produk Ukuran Jenis kemasan Label
5	Ukuran (<i>size</i>)	Kepraktisan

Sumber: Assauri, 2015

Hasil dan Pembahasan

Atribut produk

Survei pelanggan dengan menggunakan kuisioner, menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap produk dan pelayanan produk buah jeruk lemon UD ABCDEF memiliki beberapa kriteria yang menjadi penentu penilaian tanggapan konsumen terhadap produk jeruk lemon UD ABCDEF antara lain bentuk, warna, ukuran, keunikan, manfaat, layanan, harga, kemasan, jaminan, ketersediaan produk, cara pembayaran dan sumber informasi.

1. Kategori produk berdasarkan bentuk

Konsumen menyukai buah jeruk lemon yang memiliki bentuk bulat

produk menggunakan kriteria Assauri (2015) dapat dilihat pada Tabel 2.

dengan jumlah 60%, sedangkan konsumen yang menyukai buah jeruk lemon dengan bentuk lonjong sebanyak 40%. Buah jeruk lemon UD ABCDEF memiliki bentuk yang lonjong seperti buah jeruk nipis namun kadar keasaman buah jeruk lemon mayer perusahaan UD ABCDEF lebih masam dibandingkan buah jeruk lainnya. Hasil ini diperoleh dari 5 responden konsumen buah jeruk lemon UD ABCDEF.

2. Kategori produk berdasarkan ukuran

Tanggapan dari 5 orang konsumen terhadap warna buah jeruk lemon yang disukai yaitu 60% konsumen menyukai buah dengan warna kuning dan 40% orang menyukai buah jeruk lemon dengan warna kuning kehijau-hijauan.

3. Kategori produk berdasarkan ukuran

Ukuran buah yang disukai konsumen pun beragam, berdasarkan 5 konsumen yang telah disurvei menyatakan bahwa 80% konsumen lebih menyukai buah dengan ukuran yang besar dan 20% konsumen menyukai buah dengan bentuk kecil. Perusahaan UD ABCDEF memiliki buah dengan ukuran dari yang terbesar dengan ukuran berat rata-rata 175 gram, ukuran sedang dengan berat rata-rata 109 gram, dan

ukuran terkecil dengan berat rata-rata 67 gram. Berat rata-rata ini diperoleh dari pengukuran sampel sebanyak 50 buah lemon segar.

4. Kategori produk berdasarkan keunikan

Konsumen yang menyukai buah jeruk lemon kulit tipis sebanyak 40%, konsumen yang menyukai buah jeruk lemon dengan keunikan tanpa biji dan kulit tipis sebanyak 40%, dan konsumen yang menyukai buah jeruk lemon dengan keunikan tanpa biji sebanyak 20%. Konsumen membeli buah jeruk lemon lebih banyak untuk penyegar minuman. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan buah jeruk lemon sebagai minuman *infused water*.

5. Kategori produk berdasarkan manfaat

Konsumen yang memanfaatkan buah jeruk lemon untuk *infused water* sebanyak 80% dan konsumen yang memanfaatkan buah jeruk lemon untuk jus sebanyak 20%. Pelayanan perusahaan dengan kegiatan jual beli produk. Pembelian produk dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung.

6. Kategori produk berdasarkan pelayanan

Pelayanan yang lebih disukai yaitu pelayanan dengan *free* ongkir sebanyak 60% dan pelayanan konsumen dengan dilakukannya diskon sebanyak 40%. *Free* ongkir digunakan untuk

lokasi konsumen yang tidak jauh sedangkan diskon atau potongan harga diterapkan saat buah yang dikirim mengalami kerusakan makan perusahaan berhak memberikan diskon kepada konsumen agar tidak merasa kecewa terhadap perusahaan karena produk tidak memuaskan konsumen.

7. Kategori produk berdasarkan harga

Atribut produk berdasarkan harga menurut 5 konsumen hasil survey menunjukkan bahwa konsumen menyatakan harga tersebut merupakan harga yang terjangkau. UD ABCDEF merupakan perusahaan yang menghasilkan buah jeruk lemon yang tidak memiliki banyak kompetitor atau pesaing sehingga berapapun harga yang ditawarkan perusahaan konsumen mau dengan perusahaan harus memberikan kualitas serta pelayanan yang baik untuk konsumen juga (Willyanto, 2018).

8. Kategori produk berdasarkan ketersediaan produk

Ketersediaan buah merupakan salah satu strategi pelayanan agar konsumen tidak merasa kecewa saat menginginkan produk namun buah tidak tersedia di kebun ataupun di kantor. Ketersediaan buah yang ada diperusahaan selalu tersedia. Buah jeruk lemon merupakan buah yang tidak pernah habis untuk dipanen, karena

setiap pohon dapat menghasilkan lebih dari 2 kg perharinya. Pemanenan dapat dilakukan dalam satu hari satu kali atau dalam 1 minggu dapat juga dipanen 3-5 kali. Namun untuk ketersediaan buah tidak pernah habis.

Atribut produk yang disukai oleh konsumen diharapkan perusahaan mampu menciptakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Penilaian konsumen pada produk dapat menentukan langkah selanjutnya yang akan dilakukan perusahaan. Kritik dan saran yang ditujukan ke perusahaan akan membangun perusahaan lebih kokoh dan akan lebih memperhatikan produk yang dikeluarkan untuk kebaikan produknya.

Strategi produk buah jeruk lemon

Produk buah jeruk lemon yang dimiliki UD ABCDEF adalah jenis jeruk lemon meyer. Keunggulan produk buah jeruk lemon yang sudah dilakukan oleh UD ABCDEF yaitu:

- a. Keseharan produk terjaga
- b. Produk yang berkualitas
- c. Lebih banyak mengandung air
- d. Lemon tanpa biji (*seed less*)
- e. Aroma yang khas (lebih wangi)
- f. Organik
- g. Berkulit tipis

Faktor-faktor yang terkandung dalam produk buah jeruk lemon yaitu:

1. Mutu/kualitas

Buah jeruk lemon UD ABCDEF tidak tahan lama untuk disimpan, karena merupakan produk pertanian buah segar yang memiliki karakteristik mudah rusak ataupun busuk. Buah jeruk lemon yang telah dipetik atau dipanen harus segera dipasarkan, sehingga ketika ada pemesanan maka pemanenan akan dilakukan dihari yang sama untuk dapat menjaga kesegaran buah yang akan dikirim. Proses penanganan buah lemon di UD ABCDEF antara lain:

a. Pemanenan

Pemanenan dilakukan dengan menggunakan gunting panen dengan memotong pangkal tangkai diatas lemon. Ciri-ciri buah yang siap dipanen adalah buah sudah kuning atau masak. Ciri tersebut dapat terlihat dengan kasat mata, jika buah jeruk lemon dirasa telah memiliki kriteria tersebut maka buah siap untuk dipanen. Kriteria tersebut yaitu (kulit kuning menyeluruh, memiliki panjang diameter 5-8 cm dan berat sekitar 50-80 g).

b. Penimbangan

Buah yang telah dipanen selanjutnya dilakukan proses penimbangan untuk mengetahui jumlah buah yang dipanen dan dilakukan proses pencatatan pada buku panen.

- c. Pembersihan
Pembersihan buah jeruk lemon dengan menggunakan alat yang terdiri dari bak besar, keranjang buah, *spons*, dan air bersih. Buah yang telah ditimbang dimasukan kedalam bak yang berisi air. Buah yang telah terendam akan dibersihkan dari kotoran yang menempel dengan cara buah digosok menggunakan *spons* halus dan lap.
- d. Sortasi
Sortasi dilakukan setelah buah jeruk lemon dikeringkan. Sortasi bertujuan untuk memisahkan antara buah yang baik dan buah yang kurang baik misalnya buah yang berubang, buah yang berukuran kecil dan buah yang masih terlalu muda atau hijau.
- e. Pengkelasan (*grading*)
Pengkelasan bertujuan untuk memisahkan buah yang memiliki ukuran besar dan ukuran kecil sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen biasanya memilih buah besar maupun buah yang ukurannya kecil.
- f. Pengemasan
Pengemasan dilakukan setelah buah jeruk lemon selesai pada tahap *grading*. Pengemasan bertujuan untuk mempermudah pendistribusian buah agar sampai ditangan konsumen dengan keadaan baik.
2. Penampilan (*Feature*)
Penampilan produk meliputi bentuk, warna dan keistimewaannya.
- a. Bentuk
Buah jeruk lemon UD ABCDEF merupakan buah dengan jenis lemon mayer berbentuk bulat dengan diameter 5-8 cm.
- b. Warna
Warna buah jeruk lemon yang dimiliki perusahaan yaitu kuning. Konsumen biasanya membeli buah jeruk lemon dengan warna yang kuning cerah namun keadaan kulit yang tetap keras. Hal tersebut menandakan bahwa buah masih dalam keadaan segar. Buah yang dikirim kekonsumen yang lokasinya cukup jauh, maka buah yang akan dipanen berwarna kuning kehijauan, sehingga ketika buah sampai ditangan konsumen buah akan tetap segar dan tidak layu.
- c. Keistimewaan
keistimewaan buah jeruk lemon yang dimiliki UD ABCDEF yaitu buah jeruk lemon jenis

lemon mayer belum banyak yang membudidayakan, ukurannya yang besar, aromanya yang khas dan tidak memiliki biji merupakan keistimewaan produk dibandingkan dengan lemon jenis lainnya yang ada dipasaran. Hal ini menjadi pembeda produk dari produk pesaing yang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran produk.

3. Merek (*Brand Names*)

Merek atau brand yang dimiliki adalah ABCDEF dan label bertuliskan lemon mayer. UD ABCDEF memberikan nama pada produk buah jeruk lemon dengan label bulat kecil bertuliskan ABCDEF berwarna merah muda dan putih serta lambang perusahaan berbentuk daun merah muda. Label pada kemasan *polynet* diberikan dengan bentuk persegi ukuran 6cmx3cm, label pada kemasan kardus terdiri atas keterangan yang menjelaskan tentang jenis buah, berat bersih, alamat perusahaan, kontak perusahaan, dan bertuliskan “*Ekspor By ABCDEF Product Indonesia*”.

4. Pengemasan (*Packing*)

Kemasan termasuk dalam strategi produk dengan cara

memperbaiki bentuk luar dari produk, seperti pembungkus, etiket, warna dan lain-lain. Kemasan yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli produk dan memudahkan konsumen untuk memilih sesuai keinginannya (Santi, 2018). Produk buah jeruk lemon ini memiliki ukuran berbeda-beda, ukuran 1 kg hingga ukuran 5 kg. Kemasan produk berupa plastik, *polynet*, dan kardus.

- a. Kemasan plastik: Plastik yang digunakan dari ukuran kecil hingga ukuran sedang yang dapat menampung hingga 3 kg buah jeruk lemon.
- b. Kemasan *polynet*: Kemasan berwarna merah dengan berat buah 1 kg, jumlah buah dalam *polynet* maksimal 12 buah.
- c. Kemasan kardus: Pengemasan dengan kardus hanya saat pembelian diatas 5 kg dan untuk pengiriman ke Super Market Mirota.

5. Ukuran (*Size*)

Ukuran berhubungan dengan kemudahan dalam penyimpanan dan penggunaannya. Ukuran buah jeruk lemon UD ABCDEF sama halnya dengan ukuran buah jeruk pada umumnya. Memiliki ukuran besar hingga yang terkecil. Berat buah dengan ukuran yang besar yaitu 175 gram, ukuran sedang dengan berat rata-rata 109

gram, dan ukuran terkecil dengan berat rata-rata 67 gram. Jeruk lemon dapat diperas dan diambil sarinya untuk dimanfaatkan. Buah jeruk lemon dapat digunakan sebagai olahan penyegar makanan maupun campuran dalam minuman. Selain sebagai olahan, buah jeruk lemon apabila dikonsumsi dengan baik akan membuat tubuh sehat dengan kandungan vitamin C yang dimiliki.

Kondisi pesaing buah jeruk lemon selain di perusahaan UD ABCDEF yaitu:

- 1) Produk pesaing dari Aceh Tamiang dengan jenis jeruk lemon lokal memiliki harga yang relatif murah yaitu Rp.6.000/kg, sedangkan untuk penyediaan buahnya, pesaing hanya mampu memasok sebanyak 5-8 ton buah per minggunya (Kurnia, 2017).
- 2) Lemon lokal memiliki bentuk lebih lonjong, ukuran buah yang lebih kecil dibandingkan dengan lemon impor, namun kulitnya tidak setebal lemon impor dan lemon lokal memiliki kulit berwarna hijau seperti jeruk nipis (Kurnia, 2017).
- 3) Pesaing tidak memiliki label produk dibandingkan dengan penjualan buah jeruk lemon UD ABCDEF, karena pesaing menjual dalam jumlah banyak minimal pembelian 3 kwintal (Agromaret, 2019).
- 4) Pesaing atas nama Jumali yang memproduksi buah jeruk lemon

beralamatkan di Desa Gedoro, Desa Cepoko, Kecamatan Ngrambe, Ngawi, Jatim produknya telah di *packing* dengan berbagai kemasan, namun tidak dijelaskan jenis kemasan dan ukuran yang digunakan (Kurniawan, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan Tugas Akhir Strategi Produk Buah jeruk lemon di UD ABCDEF, dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut produk jeruk lemon yang disukai konsumen yaitu buah jeruk lemon dengan bentuk bulat, warna kuning, ukuran besar, kualitas tanpa biji dan kulit tipis, manfaat untuk *infused water*, layanan *free ongkir*, harga terjangkau, kemasan plastik, jaminan produk rusak setengah harga, ketersediaan produk selalu ada, pembayaran secara langsung dan sumber informasi dari kerabat.
2. Strategi produk yang diterapkan oleh perusahaan UD ABCDEF meliputi (1) mutu/kualitas (2) penampilan (*features*) (3) merek (*brand name*) (4) pengemasan (*packaging*) (5) ukuran (*size*). Kondisi produk sejenis milik pesaing hanya memperhatikan beberapa unsur misalnya mutu/kualitas dan beberapa ukuran kemasan yang digunakan.

REFERENSI

- Agromaret. 2019. Jeruk Lemon Lokal. Bogor. Market place dan komunitas agribisnis terbesar di Indonesia. <https://www.agromaret.com/jual/192032/jeruk-lemon-lokal>. Akses 5 Agustus 2019.
- Agronet. 2017. Segarnya Berkebun Lemon. Jakarta. <http://www.agronet.co.id/detail/vivo/pertanian/235/Segarnya-Berkebun-Lemon>. Akses 31 juli 2019.
- Aksi Agraris Kanisius. 1994. Budidaya Tanaman Jeruk. Kanisius. Yogyakarta
- Assauri, Sofjan. 2015. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta
- Downey, w. D. 1992. Manajemen Agribisnis. 2nd edn. Edited by A. Sirait. Jakarta: Erlangga.
- J. Stanton, W. (1984) Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kementrian pertanian. 2016. Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Hortikultura. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian.
- Kurnia, Annas M. 2019. Info tanaman buah. Jawa tengah. <https://www.infotanamanbuah.com/wawasan/jenis-lemon-unggul/>. Akses pada tanggal 7 agustus 2019.
- Kurniawan, Dedi. 2019. Jumali petani lemon california, omzet 120 juta sejak panen pertama. Ngawi. Jpnn. <https://www.jpnn.com/news/jumali-jadi-petani-lemon-california-omzet-rp-120-juta-sejak-panen-pertama>. Akses 5 September 2019.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Noderen Globalisasi. Alfabeta. Bandung
- Sarwono, B. 1988. Jeruk dan Kerabatnya. Jakarta: Penerbit Swadaya.
- Santi, N. A. 2016. Pemasaran Pakcoy Hijau Di Jaya Anggara Farm Bandar Lampung. Karya ilmiah agribisnis, pp. 1-9
- Stianingrum, Ari. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Andi. Yogyakarta
- Trubus. 2016. Tren Berkebun Buah Lemon. <http://balitjestro.litbang.pertanian.go.id/tren-berkebun-lemon/>. di akses pada 23 Juli 2019.
- Willyanto, S. 2018. Strategi Pemasaran Buah Lemon (Citrus Lemon). Karya ilmiah agribisnis, (c), pp. 1–10.

STRATEGI PRODUK BUAH

3 minutes ago



3%

Risk of the plagiarism

MEDIUM

Paraphrase

0%

Improper Citations

0%

Concentration



Share

Deep

\$ 1.00

Monetize

Other services

1

View report

\$ 1.50