

Distribusi Buah Lokal Dan Buah Import (Studi Kasus Pada Pedagang Buah Di Kota Semarang)

¹, Nurchayati ²Hikmah

¹ email-pandawi_ung@yahoo.co.id

² email- hikmah.1967@yahoo.com

Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang

ABSTRAKSI

Tergesernya buah lokal dengan buah import tidak dapat diabaikan begitu saja, dampak yang ditimbulkan sangat besar, karena berkaitan langsung dengan pendapatan produsen buah lokal yang salah satunya adalah masyarakat desa penghasil buah. Buah Lokal harus menjadi tuan di negara sendiri untu mewujudkan hal tersebut dibutuhkan pola pendistribusian yang tepat. Permasalahan penelitian, (1). Bagaimana identifikasi dan pola distribusi buah dari tingkat petani produsen sampai kepada konsumen di Kota Semarang. (2). Faktor - faktor apakah yang mendukung pendistribusian buah di Kota Semarang. Tujuan penelitian Untuk (1). Mengidentifikasi dan mengetahui pola distribusi buah dari tingkat petani produsen sampai kepada konsumen di Kota Semarang. (2). Faktor - faktor yang mendukung pendistribusian buah di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang buah dengan kriteria pedagang buah gread C dan D di Kota Semarang yang terbagi dalam 12 (dua belas) Kecamatan yang ada di Kota Semarang, yang meliputi : Candisari , Banyumanik, Semarang Selatan, Gajah Mungkur, GayamSari, Semarang Barat, Ngaliyan, Mijen, Semarang Timur, dan Pedurungan, baik yang berjualan di outlet tetap maupun outlet tidak tetap. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Non Random Sampling, yaitu metode convenience sampling (pemilihan sampel berdasarkan kemudahan atau yang ditemui). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 130 pedagang buah, pedagang buah Pedagang Tetap dan Pedagang Tidak Tetap , Analisa data yang digunakan adalah analisa deskriptif, baik analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa, (1). Di Kota Semarang ditemukan beberapa pola saluran distribusi buah , dengan lembaga – lembaga seperti petani, pedagang lokal , tengkulak, bakul pasar, maupun importer . Dengan Pemasok buah terbesar di Kota Semarang ada di Pasar Johor . Pola distribusi buah import maupun buah lokal di Semarang 3 (tiga) jenis saluran distribusi. Saluran pemasaran paling dominan dan rutin digunakan pedagang adalah saluran distribusi panjang.(2). Faktor Pendukung pendistribusian buah lokal terletak pada tersedianya banyak potensi jenis buah -buahan yang unggul, yang didukung dengan kondisi alam Indonesia.

Kata Kunci : Buah Lokal, Buah Import, Pola distribusi

ABSTRACT

Displacement of local fruit with imported fruit can not be ignored, the impact is huge, because it relates directly to the income of local fruit producers, one of which is a fruit-bearing villagers. Local fruit should be master in his own country untu realize it needed the proper distribution patterns. Research problems, (1). How identification and distribution patterns of fruit from the farmer to the manufacturer to the consumer in the city of Semarang. (2). Factors - factors that are pertinent to the distribution of fruit in the city of Semarang. For research purposes (1). Identify and determine the distribution pattern of the fruit from the farmer to the producers to the consumers in the city of Semarang. (2). Factors - factors that support the distribution of fruit in the city of Semarang. The population in this study were all fruit merchant with fruit merchant gread criteria C and D in Semarang city is divided into 12 (twelve) that the District is in the city, which include: Candisari, Banyumanik, South Semarang, Elephant Mungkur, Gayamsari, Semarang west, Ngaliyan, Mijen, East Semarang, and Pedurungan, both of which sell in outlets or outlets still not fixed. The sampling method in this study using non-random sampling method, the method of convenience sampling (sample selection based on ease or encountered). The number of samples in this study were 130 traders fruit, fruit merchants Merchants and Traders Fixed Variable, Analysis of the data used is descriptive analysis, both quantitative analysis and qualitative analysis.. Research reveals that, (1). In Semarang found some pieces of the pattern of distribution channels, with institutions - institutions such as farmers, local traders, brokers, market baskets, as well as importers. With the largest fruit suppliers in the market Semarang Johor. The pattern of distribution of imported and local fruit pieces in Semarang three (3) types of distribution channels. The most dominant marketing channel and routinely used trader is long distribution channels. (2). Factors Supporting local fruit distribution lies in the availability of many potential types of fruits are superior, which is supported by Indonesian natural conditions.

Keywords: *Local Fruit, Fruit Import, distribution pattern*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Keterkaitan antara produsen dan konsumen tidaklah terlepas dari kegiatan distribusi. Barang yang dihasilkan oleh produsen akan bermanfaat dan mempunyai nilai ekonomis apabila dapat sampai ke konsumen untuk pemenuhan kebutuhannya. Peran distribusi barang dalam arti kata cukup, tepat waktu dan terjangkau atau sesuai dari segi harga merupakan faktor-faktor penentu terhadap keberhasilan fungsi distribusi barang dari produsen ke konsumen. Namun demikian, secara kelembagaan sistem distribusi disamping untuk dapat memenuhi perannya atas komoditas termaksud, juga merupakan regulator atau stabilisator harga dalam hal kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi dan kebutuhan berproduksi.

Peran dari sistem distribusi di Indonesia adalah penciptaan harga yang stabil melalui usaha pemenuhan akan kebutuhan secara cukup diseluruh wilayah Nusantara. Namun demikian merupakan suatu kenyataan untuk kasus di Indonesia bahwa sistem distribusi merupakan bagian yang masih sangat lemah dalam mata rantai perekonomian nasional. Dengan kata lain efisiensi di bidang sistem distribusi masih rendah. Untuk itu perlu dilakukan usaha-usaha yang mengarah kepada peningkatan efisiensi sehingga sistem distribusi yang ada mampu melakukan pembagian yang adil atas margin kepada semua pelaku-pelaku ekonomi yang secara integral tidak dapat dipisahkan. Pembagian yang dirasakan belum adil ini, oleh produsen khususnya yang berskala usaha kecil dan tidak mampu melakukan usaha pendistribusian sendiri ternyata memberikan situasi yang tidak merangsang untuk melakukan kegiatan produksi. Padahal tujuan distribusi adalah membantu

pendistribusian barang dari produsen (petani) ke konsumen akhir sehingga produk dapat dinikmati konsumen tepat waktu, namun kenyataannya Kelembagaan yang pernah dibangun selama ini tidak dapat berjalan sebagai mana mestinya dan hanya menguntungkan pada pihak tertentu dan merugikan petani.

Kondisi ini juga terjadi pada penjualan buah, dimana komoditas ini secara intrinsik memiliki sifat cepat busuk, rusak, dan susut besar. Hal ini merupakan masalah yang dapat menimbulkan resiko fisik dan harga. Permasalahan pokok pengembangan hortikultura adalah belum terwujudnya ragam, kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar. Permasalahan tersebut disebabkan karena kurangnya penguasaan teknologi, baik teknologi pembibitan, budidaya, maupun kurangnya koordinasi antara pelaku agribisnis hortikultura menjadi rapuh dan lemahnya supply chain management produk hortikultura. Dan untuk sampai ditangan konsumen, komoditas tersebut harus melalui suatu rantai tataniaga yang cukup panjang. Konsekuensi dari semakin panjang rantai atau pola distribusi tersebut adalah meningkatnya penurunan mutu, dan kehilangan bobot dan kerusakan suatu komoditas mengakibatkan kehilangan yang disebabkan tidak dapat dimanfaatkannya lagi sehingga tidak layak untuk dikonsumsi. Tingkat kerusakan komoditas hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan, dan umumnya terjadi saat distribusi.

Produk hortikultural terutama buah merupakan hasil pertanian yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Setiap hari semua keluarga selalu membutuhkan buah sebagai bahan makanan penting untuk memenuhi kecukupan gizi yang ideal. Permintaan yang besar terhadap produk buah memunculkan adanya jaringan perdagangan buah dari tingkat petani, produsen, pedagang perantara,

sampai pedagang keliling atau yang menjual buah ke rumah-rumah. Buah merupakan barang dagangan yang meruah (*bulky*) dan mudah busuk (*perishable*) sehingga diperlukan perlakuan atau penanganan khusus terhadap komoditas ini serta diperlukan jalur pemasaran yang sependek mungkin dan waktu sesingkat mungkin sehingga distribusi komoditas sayur-mayur dari petani produsen bisa cepat sampai kepada konsumen. Pada kenyataannya jalur pemasaran komoditas sayur-mayur ini memiliki mata rantai yang cukup panjang sehingga kualitas buah yang diterima konsumen berkurang. Keterlambatan pengiriman dan penjualan bisa mengakibatkan komoditas ini tidak lagi mempunyai nilai ekonomis. Oleh karena itu kehadiran jaringan pemasaran sayur-mayur yang efisien sangat dibutuhkan agar produksi petani ini dapat segera didistribusikan sampai ke konsumen

Fenomena yang terjadi saat ini, adalah adanya peredaran buah-buahan impor kian menjamur di pasar dalam negeri karena para distributor dan pedagang eceran lebih tertarik menjualnya. Membanjirnya buah import dibuktikan dengan Jumlah buah import yang beredar dalam Triwulan I tahun 2012, berjumlah buah import yang masuk Indonesia sebesar 292.012 ton, atau senilai US\$ 298.254.100

Fenomena lain dari buah import adalah berharga murah, suplai buah impor sangat berlimpah sehingga tak sulit untuk memasarkannya. Hal ini disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi Sayur dan Buah Indonesia Hasan Johnny Widjaja kepada detikFinance, Minggu (27/3/2011). Dan fenomena menarik, yaitu para pedagang sudah mengemas penjualan buah impor dengan menggunakan kendaraan pick-up (mobil bak terbuka), tersebar banyak di pinggir-pinggir jalan. Bukan hanya itu, peredaran buah impor kini sudah

menyebar ke banyak pelosok di Indonesia. Dan hal itu bukan hanya fenomena kota, hanya untuk Jawa lebih parah. Misalnya saya ke Jawa Tengah, dari Semarang hingga Banjarnegara, sampai-sampai di Ciwidey (Bandung) sudah banyak buah impor," Ia mengestimasi saat ini peredaran buah impor seperti jeruk, apel, pear, anggur, duren monthong sudah menguasai pasar lebih dari 80%, di pasar moderen maupun tradisional. Distribusi buah-buahan ini sangat sistematis oleh para importir maupun pemasok. Sehingga suplainya tak pernah kurang. Dan mengapa pedagang senang jual buah impor? Pedagang itu yang penting bagi mereka melihatnya barang murah, lebih menarik, berkesinambungan suplai-nya,"

Masalah yang dihadapi oleh buah lokal saat ini, selain suplai yang tak menentu, juga tampilan yang tak menarik. Suplai yang tak menentu ini membuat harga buah lokal sering fluktuatif bahkan cenderung harganya tinggi. Membanjirnya buah impor bukan lah fenomena baru. Masalah ini sudah berlangsung lama dan semakin membesar setelah adanya perdagangan bebas ASEAN-China (ACFTA). Dan belum ada langkah nyata dari pemerintah untuk mengatasi membanjirnya buah impor di pasar dalam negeri. Karena AC-FTA telah ditandatangani pada November 2002, dalam jadwal penurunan tarif tahap pertama yaitu *early harvest programme* (EHP), dilakukan penurunan atau penghapusan bea masuk impor untuk produk-produk pertanian (termasuk diantaranya buah-buahan), kelautan perikanan, makanan dan minuman. Pelaksanaan EHP dilakukan mulai 1 Januari 2004 hingga penghapusan bea masuk 0% mulai 1 Januari 2006.

1.2. Perumusan Masalah

Bertitik tolak dari permasalahan yang ada, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana identifikasi dan pola distribusi buah dari tingkat petani produsen sampai kepada konsumen di Kota Semarang.
- 2) Faktor - faktor apakah yang mendukung pendistribusian buah di Kota Semarang. Tujuan Penelitian

2. Kajian Teori

2.1. Variabel yang digunakan

2.1.1. Pengertian Distribusi

Philip Kotler (1997:140) , mengemukakan bahwa : “ Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi “.

Peranan atau fungsi distribusi adalah sebagai berikut :

1. Memperlancar arus penyaluran barang dan jasa kepada pengguna-pengguna dapat berupa produsen yang menggunakan bahan dasar maupun pengguna akhir
2. Menyampaikan barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan pengguna.

Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik. Dalam menciptakan ketiga faedah tersebut, terdapat dua aspek penting yang terlibat didalamnya, yaitu :

1. Lembaga yang berfungsi sebagai saluran distribusi (*Channel of distribution/marketing channel*), seperti pedagang perantara , Pedagang agen, maupun Penunjang lainnya.
2. Aktivitas yang menyalurkan arus fisik barang (*Physical distribution*).

Distribusi fisik merupakan aspek penting kedua dalam rangka menjadikan suatu produk tersedia bagi konsumen dalam jumlah, waktu, dan tempat yang tepat. Dewan Manajemen Distribusi Fisik Nasional Amerika Serikat mendefinisikan distribusi fisik sebagai : “ Suatu rangkaian aktivitas yang luas mengenai pemindahan barang jadi secara efisien dari akhir batas produksi kepara konsumen, serta didalam beberapa hal mencakup pemindahan

bahan mentah dari suatu pembekal keawal batas produksi “.

Manajemen distribusi fisik sering diartikan juga sebagai manajemen logistik atau logistik pemasaran. Secara terperinci, kegiatan distribusi fisik dapat dibagi kedalam lima macam (Basu Swasta, 1984: 220-229) yaitu :

1. Penentuan lokasi persediaan dan sistem penyimpanannya
 - a. Penentuan lokasi penyediaannya
Secara memusat (konsentrasi) ataukah menyebar (dispersi) dipasarnya. Bila perusahaan mengkonsentrasikan persediaannya, maka akan memudahkan dalam mengadakan pengawasan dan meningkatkan efisiensi penyimpanan dan penanganan barangnya. Tetapi beban pengangkutan akan meningkat dan pengantaran barang kebeberapa segmen pasar akan terlambat. Sedangkan apabila perusahaan menyebarkan persediaannya kebeberapa lokasi, maka keadaannya akan berlainan, dan merupakan kebalikan dari konsentrasi.
 - b. Sistem penyimpanan persediaan
Penyimpanan erat kaitannya dengan pergudangan, perusahaan yang tidak mempunyai fasilitas penyimpan sendiri umumnya menyewa kepada lembaga atau perusahaan lain atau disebut gudang umum. Besar kecilnya biaya sewa yang harus dibayar tergantung pada besar kecilnya ruangan yang digunakan.
2. Sistem penanganan barang
Sistem penanganan barang yang dapat digunakan: (1) paletisasi dan (2) pengemasan.
3. Sistem pengawasan persediaan
Tujuan dari pengawasan persediaan adalah meminimumkan jumlah persediaan yang diperlukan, dan meminimumkan fluktuasi dalam persediaan sambil melayani pesanan dari pembeli.
4. Prosedur memproses pesanan

Kegiatan yang dilakukan untuk memproses pesanan antara lain : menyelenggarakan kegiatan kantor secara teratur, membuat barang dengan baik, dan menyampaikannya kepada pembeli.

5. Pemilihan metode pengangkutan

Rute dan rit pengangkutan merupakan faktor yang penting, dan mempunyai hubungan yang erat dengan pasar atau daerah penjualan, serta lokasi persediaannya. Dan fasilitas pengangkutan yang ada juga merupakan faktor penentu.

Faktor yang menyebabkan sistem distribusi di Indonesia kurang efisien adalah belum memadainya sarana dan prasarana transportasi. Jaringan distribusi yang belum mapan selama ini menyebabkan tersendatnya aliran produk, sehingga sering terjadi kelangkaan penyediaan barang di beberapa pasar. Belum mapannya jaringan distribusi, ditambah dengan rentannya sektor jasa transportasi dari pengaruh ekonomi makro serta iklim seperti harga bahan bakar atau bencana alam, secara tidak langsung akan berdampak pada kegiatan distribusi (Rizki 2005).

Distribusi produk pertanian adalah kegiatan yang bertalian dengan penciptaan atau penambahan kegunaan daripada barang dan jasa dengan tujuan untuk menempatkan barang-barang ke konsumen akhir. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan pendistribusian yang dilihat berdasarkan arus barang yang meliputi beberapa proses, yaitu (Hanafiah dan Saefuddin, 1983) :

1. Proses pengumpulan

Pengumpulan merupakan proses pertama dari arus barang. Barang-barang yang dihasilkan dalam jumlah kecil dikumpulkan menjadi jumlah yang besar, agar dapat disalurkan ke pasar-pasar eceran secara lebih efisien.

2. Proses pengimbangan

Pengimbangan merupakan proses tahap kedua dari arus barang, terjadi antara

proses pengumpulan dan proses penyebaran. Proses pengimbangan merupakan tindakan penyesuaian antara permintaan dan penawaran berdasarkan tempat, waktu, jumlah dan kualitas.

3. Proses penyebaran

Penyebaran merupakan proses tahap akhir daripada arus barang, dimana barang-barang yang telah terkumpul disebarkan ke konsumen atau pihak yang menggunakannya.

2.1.2. Pola Saluran Distribusi

Dalam perekonomian saat ini produsen dan konsumen jarang berinteraksi secara langsung dalam melakukan proses tataniaga, melainkan dilaksanakan bersama atau dengan mengikut sertakan beberapa lembaga pemasaran lain yang membantu terjalinnya pertemuan antara penjual dan pembeli. Mereka melakukan berbagai kegiatan mulai dari pembelian, penjualan, pengangkutan, pengolahan, penyimpanan, pengepakan dan lain sebagainya (Hanafiah dan Saefuddin, 1983).

Sedangkan proses distribusi atau tataniaga merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, menjaga dan meningkatkan nilai dan kegunaan dari barang dan jasa (Rifianto, 1999). Kegunaan yang mampu diciptakan oleh kegiatan tataniaga meliputi penciptaan dan peningkatan nilai kegunaan tempat, waktu dan kepemilikan. Semua lembaga tataniaga akan berusaha untuk meningkatkan manfaat dari komoditi yang dipasarkan. Dengan demikian kegiatan tataniaga berusaha untuk menempatkan barang yang diusahakannya ke tangan konsumen dengan nilai dan kegunaan yang meningkat (Hanafiah dan Saefuddin, 1983). Pengertian lain distribusi adalah kegiatan penyaluran atau penyampaian barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Gambar Pola saluran untuk barang konsumsi sebagai berikut .

Saluran 1 : Produsen —————> Konsumen

Saluran 2 : Produsen —> Pengecer —>
Konsumen

Saluran 3: Produsen → Pedagang Besar →
Pengecer → Konsumen

Saluran 4: Produsen → Pedagang Besar →
Pengecer → Jobber → Konsumen

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang buah dengan kriteria pedagang buah grade C dan D di Kota Semarang yang terbagi dalam 12 Kecamatan baik yang berjualan di outlet tetap maupun outlet tidak tetap. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Non Random Sampling, yaitu metode *convenience sampling* (pemilihan sampel berdasarkan kemudahan atau yang ditemui) (Nur Indrianto, 1999). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 130 pedagang buah, menurut Fraenkel & Walker (1993) dalam Suhardi Sigit (1999) besar sampel minimal penelitian deskriptif sebanyak 100. Data penelitian dikumpulkan dengan memberi kuesioner langsung kepada pedagang buah di kota Semarang

Selain pedagang buah Pedagang Tetap (Pedagang buah di pasar dan dikios) dan Pedagang Tidak Tetap, yaitu Pedagang buah dengan menggunakan mobil, becak, dan pedagang buah musiman, sampel penelitian ini juga meliputi 5 (lima) orang distributor buah di Kota Semarang.

3.2. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer merupakan data yang langsung diperoleh melalui responden yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu. Petani dan Pedagang,
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui lembaga penyedia data yang telah dicetak atau dipublikasikan yang telah ada meliputi : Pengelola Pasar Kota Semarang, Dinas Pasar Kota Semarang, Dinas Pertanian, Dinas Perindustrian dan perdagangan Kota Semarang, dan Publikasi lain yang sesuai.

3.3. Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan adalah analisa deskriptif yaitu analisa untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono, 2010). Analisis deskriptif yang digunakan adalah analisis kuantitatif (Distribusi frekuensi) dan analisis kualitatif. Langkah analisis data dimulai dari data yang terkumpul baik dari data sekunder maupun dari data primer kemudian dianalisis secara kualitatif, melalui reduksi data yang dilakukan sejak di lapangan, penyajian data dengan matriks, dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Analisis Data

Pedagang buah di 12 (dua belas) Kecamatan, di Kota Semarang di kategorikan ke dalam Outlet Tetap (OT) dan Outlet Tidak Tetap (OTT). OT, yaitu pedagang yang mempunyai outlet tetap (seperti kios / lapak dengan lokasi di sepanjang jalan protokol, di perkampungan penduduk maupun di pasar) dan OTT, yaitu pedagang yang tidak mempunyai outlet tetap. seperti menjual buah di mobil, atau nomaden di suatu tempat tertentu Berdasarkan kategori tersebut sebagian besar pedagang memiliki tempat usaha kurang dari 25 m².

Jenis buah yang dijual di lapak baik yang berupa outlet tetap maupun tidak tetap berjumlah 29 jenis, terdapat buah lokal dan buah import. Buah yang paling banyak di jual di setiap outlet yang diteliti adalah (1) jeruk, (2). Pisang, (3). Apel, (4). Semangka, (5). Melon. Dan (6), papaya. Sedangkan buah yang tidak banyak dijual di setiap outlet : (1). Untuk buah lokal seperti : bengkuang, Kesemek / kledung, Krokosan dan Langsep,

manggis, rambutan, dan sawo. (2) untuk buah import yang jarang dijual di outlet adalah kiwi dan stowberry.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Saluran Distribusi Buah Lokal dan Buah Import

Saluran distribusi yang akan dibahas dalam artikel ini meliputi 7 (tujuh) dari 8 (Delapan) Jenis buah import yang paling banyak masuk di Indonesia, dan jenis buah yang akan dipaparkan dalam artikel ini dianggap mewakili saluran distribusi buah lokal dan buah import yang di jual di Kota Semarang yaitu : buah naga, Jeruk (jenis besar dan jerukkecil) , durian, Kelengkeng, Pear, Anggur , dan Apel.

1. Pendistribusi Buah Naga

Negara pemasok buah naga adalah Vietnam, Malaysia, dan Singapura. Buah Naga yang diimport ke Indonesia dalam tahun 2012 sebanyak 5,2 ribu ton dengan nilai US\$ 4,4 juta. Jumlah import dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2012, dengan perincian : import dari Vietnam sebanyak 5 ribu ton (senilai US\$ 4,2 juta), impor dari Malaysia sebanyak 149,4 ton (senilai US\$ 117,4 ribu), dan impor buah naga dari Singapura 2,9 ton (senilai US\$ 3.393).

Pemasok buah naga terbanyak ke outlet – outlet di Kota Semarang berasal dari Pasar Johar (terbanyak), Gudang buah Kaligawe, Gudang buah Pelabuhan, PT. Ibana, Bandungan . dan petani. Di Kota Semarang sebagian besar buah naga di jual di outlet tetap (OT) dengan luas outlet kurang dari 25 m2. Sedangkan jenis buah naga yang dijual adalah jenis buah naga putih dan buah naga merah .

Jalur distribusi buah naga merah dan putih (baik buah naga lokal maupun import. di Kota Semarang ada 4 (empat) yaitu :: (1). Buah Naga lokal yang di

suplai langsung dari petani ke outlet ; (2). Buah naga lokal yang di suplai melalui distributor ke outlet (3). Buah naga lokal yang di suplai melalui bakul/tengkulak ke outlet : (4) Buah naga import yang di suplai melalui distributor . Penjualan buah naga (juga buah import lainnya), selain dilakukan oleh distributor dengan cara pengecer mendatangi pengecer juga dapat dilakukan dengan cara pengecer membeli langsung ke distributor .

2. Pendistribusi Jeruk (Jeruk Besar dan Jeruk Kecil)

Negara pemasok utama buah jeruk import adalah China. , Amerika Serikat, dan Pakistan. Dari bulan Januari hingga Juni 2012, jeruk yang diimport sebanyak 15,7 ribu ton atau senilai US\$ 12,5 juta. Dengan jumlah import dari masing – masing Negara ke Indonesia sebagai berikut : (1). China sebanyak 4,8 ribu ton (senilai US\$ 3,7 juta), (2). Amerika Serikat (pemasok kedua terbesar jeruk) sebanyak 3 ribu ton dengan nilai US\$ 2,6 juta, (3). Pakistan, jeruk impor dari negara ini sebanyak 3,4 ribu ton dengan nilai US\$ 2,6 juta., (4). Mesir sebanyak 3,4 ribu ton dengan nilai US\$ 2,3 juta. , (5) Australia, Argentina, Afrika Selatan, Spanyol, Uruguay, Hongkong, Taiwan, Turki, dan Korea Selatan kurang lebih 500 ton.

Pemasok buah Jeruk lokal di Kota Semarang, sebagian besar berasal dari Pasar Johar. Sedangkan untuk buah import selain dari pasar Johar, juga di pasok melalui Gudang Buah Kaligawe, Sentana, dan Sunpride.

3. Pendistribusi Durian

Pemasok buah durian import terbanyak Thailand dan Malaysia. Berdasarkan data BPS, sepanjang bulan Januari hingga bulan Juni tahun 2012, Indonesia telah mengimpor durian sebanyak 1,6 ribu ton ,

senilai US\$ 1,7 juta, dari 2 (dua) negara yakni Thailand dan Malaysia.

Import dari Thailand, pada bulan Januari, sebanyak 199,3 ton senilai US\$ 274,5 ribu, bulan Februari, sebesar 195,6 ton dengan nilai US\$ 272,7 ribu, Bulan Maret 872,1 ton senilai US\$ 900 ribu, sedangkan pada bulan April, Mei, dan Juni, tidak ada impor dari Thailand. Import dari Malaysia, pada bulan Januari, sebanyak 7,5 ton, senilai US\$ 7.690. Pada bulan Februari dan Maret tidak ada import. Pada bulan April, sebanyak 36,2 ton senilai US\$ 37,4 ribu. Pada bulan Mei, sebanyak 89,4 ton durian dengan nilai US\$ 82,3 ribu. Bulan Juni, sebanyak 173,5 ton dengan nilai US\$ 114,2 ribu. Total durian Malaysia yang masuk ke Indonesia sepanjang semester I tahun ini sebanyak 306,6 ton dengan nilai US\$ 241,7 ribu.

Di Kota Semarang, buah durian merupakan buah musiman yang banyak dijual di outlet tetap, dengan luas kurang dari 25 m² dan di jual dipinggir – pinggir jalan di Kota Semarang. Buah durian dalam penelitian ini di kategorikan menjadi buah durian jenis durian montong lokal (terdiri dari durian lokal dan durian montong lokal – karena saat ini buah montong sudah banyak di budidayakan oleh petani) dan durian montong import.

Pemasok buah durian lokal ke outlet – outlet di Kota Semarang berasal dari petani, Pasar Johar, Sunpride, PT. Imana, dan Pasar Johar sedangkan pemasok durian montong import berasal dari Pasar Johar dan Gudang Kaligawe.

4. Pendistribusi Kelengkeng

Pada tahun 2012, import kelengkeng ke Indonesia sebanyak 29,2 ribu ton (se nilai US\$ 34 juta). Importir lengkeng terbesar berasal dari 3 (tiga) Negara yaitu Thailand, Vietnam, dan China. Pada bulan Januari s/d Juni 2012, import dari Thailand. Sebanyak 29 ribu

ton lengkeng impor dengan nilai US\$ 33,7 juta, dari Vietnam sebanyak 171 ton dengan nilai US\$ 201,7 ribu, dan dari China sebanyak 27,5 ton dengan nilai US\$ 30.287.

Buah kelengkeng import maupun kelengkeng lokal, pada umumnya di jual di OTT dan OT dengan luas toko kurang dari 25m². Pemasok buah kelengkeng lokal di Kota Semarang berasal dari petani, Pasar Johar (terbanyak) dan Bandungan. Sedangkan pemasok buah kelengkeng import berasal dari Pasar Johar, Bandungan, Gudang buah Kaligawe, Gudang Pelabuhan dan Kumala.

5. Pendistribusi Pear

Pemasok pear berasal dari China, Afrika Selatan, Australia, Korea Selatan, dan Amerika. Pada tahun 2012, Import Pear, ke Indonesia sebanyak 69 ribu ton atau senilai US\$ 55,3 juta, dari jumlah tersebut, China merupakan importer terbanyak, dengan jumlah 64,5 ribu ton (senilai US\$ 50 juta). Afrika Selatan, sebanyak 2.866 ton (senilai US\$ 3,3 juta), Australia sebanyak 1.161 ton dengan nilai US\$ 1,3 juta, dan Korea Selatan sebanyak 181,8 ton dengan nilai US\$ 392,2 ribu dan Amerika Serikat sebanyak 181 ton dengan nilai US\$ 173,5 ribu.

Pemasok buah Pear DI Kota Semarang dari Pasar Johar, Sunpride dan Pasar Bandungan, dengan pemasok terbesar dari Pasar Johar..Sedangkan pemasok buah pear import berasal dari Pasar Johar, Bandungan, Gudang buah Kaligawe (terbanyak 31 lapak), dan Gudang Pelabuhan.

6. Distribusi Anggur

Negara pengimport anggur ke Indonesia meliputi : (1). Chili (8.044 ton atau senilai US\$ 18,5 juta), merupakan pengimport terbesar), (2). Australia (6.750 ton dengan nilai US\$ 13,9 juta), (3). Afrika Selatan (3.473 ton dengan

nilai US\$ 7,9 juta). (4). Argentina (1.268 ton anggur impor dengan nilai US\$ 2,8 juta), dan Amerika Serikat (307,6 ton dengan nilai US\$ 593,6 ribu). Tahun 2012, total import anggur dari 11 negara ke Indonesia sebesar 20,4 ribu ton dengan nilai US\$ 44,7 juta.

Pemasok buah anggur import ke lapak – lapak (baik OT maupun OTT dengan luas < 25M2) di Kota Semarang, berasal dari Pasar Johar (Pemasok terbanyak), Pasar Boja, Gudang Kaligawe, Gudang Buah Pelabuhan, Pasar Buah (Ibana), Bandungan, Distributor, Laris Manis, Sentra, dan HOS. Sedangkan untuk pemasok buah anggur lokal berasal dari Pasar Johar dan Laris Manis.

Jenis anggur import yang banyak di jual adalah anggur Afrika, Amerika, Anggur Australia, Anggur Cina, anggur Peru, anggur Korea, dan anggur Roinbod baik itu anggur merah maupun anggur hijau Anggur lokal jarang dijual dilapak-lapak, kalau ada yang dijual jenis anggur bali, atau orang menyebut anggur kecil atau anggur hitam,

7. Distribusi Apel

Pada tahun 2012, total import apel ke Indonesia sebanyak 92,4 ribu ton atau senilai US\$ 82,2 juta. Asal import buah apel ke Indonesia dari 11 negara. Negara pengimpor apel terbesar ke Indonesia meliputi : (1) China, dengan total impor 63,5 ribu ton atau senilai US\$ 56,6 juta (import terbesar), (2). Amerika Serikat dengan jumlah 24,9 ribu ton dengan nilai US\$ 20,5 juta, (3). New Zealand sebanyak 1.915 ton dengan nilai US\$ 2,3 juta, (4). Kangguru, Australia, sebanyak 315 ton dengan nilai US\$ 1,1 juta, (5). Afrika Selatan sebanyak 1.038 ton dengan nilai US\$ 1,04 juta, (6). Perancis, Singapura, Myanmar, Argentina, Korea Selatan, dan Jepang

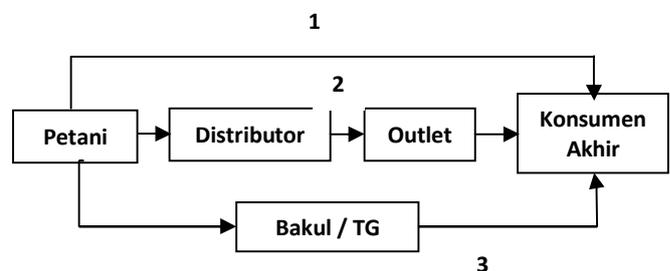
Di Semarang, pemasok buah apel import sebagian besar berasal dari Pasar

Johar, Sentra dan Sunprice..Gudang buah Kaligawe, atau pada bakul (Jahman, HOS, Roni, Agus dan Kumala), sedangkan pemasok buah apel lokal dari Pasar Johar, Pasar Bojo, Sunprice dan Bandungan.

Buah Apel lokal dan buah apel import banyak dijual di outlet tetap maupun outlet tidak tetap, seperti dijual di mobil – mobil di pinggir jalan. Jenis apel import yang banyak dijual seperti apel fuji, apel merah, apel Whashington dan apel sanmon, Sedangkan apel lokal yang di jual adalah apel malang dan apel manalagi.

Berdasarkan hasil penelitian di 12 Kecamatan di Kota Semarang, dapat diketahui, bahwa pola distribusi buah lokal di Kota Semarang ada 3 (tiga) yaitu : Pertama, Buah di suplai langsung dari petani ke outlet (P → O → KA), Kedua buah lokal yang di suplai melalui distributor ke outlet, dan di jual ke Konsumen Akhir (P → D → O → KA), dan ketiga Buah yang di suplai melalui bakul/tengkulak ke outlet (P → TG → O → KA). Dan dalam melakukan pendistribusian buah, toko buah di Kota Semarang, sering menggunakan kombinasi dari ke tiga saluran distribusi diatas. Gambar 4.1. menunjukkan pola distribusi buah lokal di Pasar Kota Semarang.

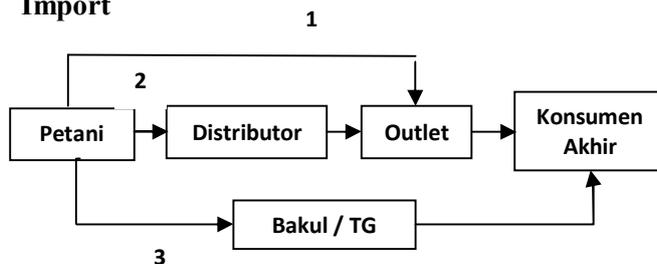
Gambar : 1. Salurab Distribusi Buah Lokal



Sumber : Data Primer Yang Diolah
 Pola distribusi buah import di Kota Semarang, ada 3 (tiga) yaitu (1). Buah import yang di suplai melalui distributor ke outlet (I → D → O → KA); (2).

JBuah Import yang di suplai melalui distributor ke outlet, dan di jual ke Konsumen Akhir (I → D → O → KA); dan (3). Buah import yang di suplai melalui bakul / tengkulak ke outlet, (I → TG → O → KA). Pola distribusi buah import secara lengkap dapat dilihat pada gambar 2. berikut :

Gambar : 2. Salurab Distribusi Buah Import



Sumber : Data Primer Yang Diolah

4.2.2. Faktor - Faktor Pendukung dan Penghambat Pendistribusian Buah Di Kota Semarang

Faktor pendukung pendistribusian buah lokal meliputi : Pertama , Potensi buah-buahan Indonesia sangat besar. Indonesia mempunyai lebih dari 6000 varietas/klon buah-buahan yang unggul. Potensi alam juga sangat mendukung. Indonesia mempunyai iklim, lahan, dan altitude yang memungkinkan musim panen dapat dilakukan berbeda-beda tiap daerah. Sementara potensi lahannya masih cukup besar sekitar 9,7 juta hektar. Dan di Jawa Tengah sebenarnya mempunyai potensi buah lokal , karena salah satu dari 3 (tiga) penghasil buah terlengkap di Indonesia adalah Jawa Tengah, Kedua , Menurut jajak pendapat Kompas, masyarakat sebenarnya masih menggemari buah lokal. Dari 446 responden, 74.9 persen responden lebih memilih buah lokal dari pada buah impor. (Kompas, 16 OKtober 2011), Ketiga , Rasa dan Kandungan Vitamin : lebih segar, beberapa buah tropis juga terbukti lebih unggul kandungan vitaminnya dibandingkan

buah subtropics. Kandungan vitamin C dan vitamin A pada buah mangga lokal, misalnya, lebih tinggi 10 kali lipat dibandingkan apel impor. Nilai gizinya juga lebih baik karena tidak melalui penyimpanan lama atau pengawetan yang menurunkan kualitas

Faktor – Faktor yang perlu mendapatkan perhatian dalam pendistribusian buah lokal yang dapat menjadi penghambat antara lain :

Buah-buahan Indonesia belum dikenal di dunia internasional dan melum menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Belum berorientasi pada mutu. Buah-buahan lokal diperdagangkan tanpa seleksi mutu di tingkat produsen. Dalam pengiriman, buah bermutu baik dicampur dengan buah bermutu jelek, daun, ranting, bahkan buah busuk. Akibatnya, 40-60 persen buah rusak dan harus dibuang. Serta belum adanya jaminan mutu dan belum diterapkannya manajemen mutu dalam produksi buah-buahan menyebabkan potensi buah menjadi terbungkalai. Rendahnya mutu buah lokal , terkait erat dengan sistem produksi buah-buahan, sistem panen, dan penanganan pasca panen.

Sistem produksi buah-buahan di Indonesia umumnya menggunakan sistem produksi pekarangan dan agroforestry. Dimana sistem jaminan mutu sulit diterapkan. Sehingga penerapan jaminan mutu buah-buahan perlu dikembangkan dan di terapkan oleh para petani buah, serta perlu mempelajari manajemen kebun buah

Keberadaan buah import harus diwaspadai , karena buah import memiliki beberapa hal yang sangat mendukung untuk lebih diminati konsumen, hal – hal tersebut seperti : **pertama**, Buah impor kerap dipilih oleh konsumen dengan alasan, tampilannya menarik, pasokannya terjamin, dan ada standarisasi mutu. Durian montong asal

Thailand, jeruk asal Cina, apel, pear, dan kawan-kawannya sudah menjadi langganan konsumen Indonesia. Kedua, Buah impor kini selain memasuki ranah konsumsi, juga telah menyerbu ke dalam hal yang lebih substansial, seperti ritual keagamaan. Di Bali, sebagian warga lebih suka menggunakan buah impor sebagai bahan sesajen dalam upacara. Menurut I Ketut Sumadi, dosen Institut Hindu Darma, jika mempersembahkan buah impor, warga merasa sesajinya lebih “berkelas” karena buah impor biasanya lebih mahal ketimbang buah lokal. (Kompas, 16 Oktober 2011). Ketiga, Di dalam industri, buah-buahan menjadi bahan baku industri makanan dan minuman. Untuk minuman ringan sari buah yang diproduksi perusahaan besar, hampir semua bahan bakunya impor. Kalaupun dihasilkan di Indonesia buah-buahan yang menjadi bahan baku industri, umumnya dihasilkan oleh perkebunan besar, dimana sentuhan teknologi diaplikasikan dari penanaman hingga pascapanen sehingga kontinuitas pasokan dan standarisasi rasa serta bentuk buah bisa didapat. (Kompas, 16 Oktober 2011).

Berdasarkan pola pendistribusian yang sudah ada di Kota Semarang, agar buah lokal menjadi tuan rumah dinegerinya sendiri dapat terwujud apabila di bangun *supply-chain management* (SCM) yang tangguh. SCM merupakan strategi bisnis yang mengintegrasikan secara vertikal perusahaan-perusahaan dalam *supply chain* (SC) untuk meningkatkan efisiensi dan prestasi keseluruhan anggota SC agar dapat memenuhi tuntutan konsumen sehingga menjadi satu kesatuan kegiatan bisnis yang kompetitif.

SCM saat ini menjadi penting, karena di Indonesia, tumbuh pasar-pasar modern, seperti hypermarket, supermarket, dan minimarket, adanya

persaingan dengan produk impor, adanya tuntutan konsumen terhadap standar keamanan pangan dan mutu produk, perubahan gaya hidup dan cara pandang terhadap pangan.

Beberapa contoh penerapan SCM, Taiwan, merupakan contoh penerapan SCM yang berhasil. Petani buah di Taiwan membentuk asosiasi atau kelompok tani. Mereka melakukan seleksi sendiri. Buah dikemas sesuai standar, baru ditawarkan ke pasar grosir. Para tengkulak dipersilahkan membeli di pasar grosir dengan cara lelang dengan ketentuan yang dibuat asosiasi.

Indonesia yakni di Lumajang, Jawa Timur. Mereka adalah petani pisang mas Kirana yang membentuk Kelompok Tani Sumber Jambe.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam bab di atas, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

Di Kota Semarang ditemukan beberapa pola saluran distribusi buah, dengan lembaga – lembaga seperti petani, pedagang lokal, tengkulak, bakul pasar, maupun importer. Dalam menganalisis saluran pemasaran buah di Kota Semarang, dibagi menjadi dua bagian yaitu saluran pemasaran buah impor dan saluran pemasaran buah lokal. Pada saluran pemasaran buah impor, peran supplier sebagai grosir sangat penting bagi masuknya buah impor ke Kota Semarang. Supplier mengatur waktu dan jumlah buah impor, menjadikan keberadaan buah impor sampai di tangan konsumen selalu tersedia tiap saat dengan harga yang lebih stabil. Dengan Pemasok buah terbesar di Kota Semarang ada di Pasar Johor.

Pola distribusi buah di Kota Semarang, baik buah import maupun buah loka; di Semarang 3 (tiga) saluran. Ketiga saluran pemasaran untuk buah

lokal adalah : (1). Petani , ke Outlet, ke Konsumen Akhir : (2). Petani, ke Pedagang pengumpul (termasuk didalamnya tengkulak , grosir buah), ke Outlet, ke konsumen Akhir : (3). Petani, ke tengkulak, ke Outlet, ke Konsumen Akhir. Sedangkan pada pemasaran buah Import , diketahui 3 (tiga) saluran pemasaran di Kota Semarang, yaitu : (1). Importir, ke Outlet, ke Konsumen Akhir; (2). Importir, ke Distributor buah, ke Outlet, ke Konsumen Akhir ; (3). Importir, ke Pasar buah/TG , ke Outlet, ke Konsumen Akhir

Saluran pemasaran pada pola saluran ke-3 paling dominan dan rutin terjadi di Kota Semarang

Faktor Pendukung pendistribusian buah lokal meliputi potensi Indonesia sebagai penghasil buah-buahan yang unggul , sebagian masyarakat menggemari buah lokal , Rasa dan Kandungan Vitamin lebih baik karena tidak melalui penyimpanan lama atau pengawetan yang menurunkan kualitas. Faktor penghambat, Buah-buahan Indonesia belum dikenal di dunia internasional dan belum menjadi tuan rumah di negeri sendiri, Sistem perdagangan di dalam negeri belum berorientasi pada mutu dan manajemen mutu, serta penanganan pasca panen dan Sistem produksi umumnya menggunakan sistem produksi pekarangan dan agroforestry, sehingga sulit melakukan penerapan jaminan mutu pada buah yang dihasilkan.

Keberadaan buah import harus diwaspadai , karena Buah impor memiliki tampilan yang menarik, pasokannya terjamin, dan terdapat standarisasi mutu.

6. Implikasi Manajerial

Berdasarkan pola pendistribusian yang sudah ada di Kota Semarang, agar buah lokal menjadi tuan rumah dinegerinya

sendiri dapat terwujud apabila di bangun *supply-chain management* (SCM) yang tangguh. SCM merupakan strategi bisnis yang mengintegrasikan secara vertikal perusahaan-perusahaan dalam *supply chain* (SC) untuk meningkatkan efisiensi dan prestasi keseluruhan anggota SC agar dapat memenuhi tuntutan konsumen sehingga menjadi satu kesatuan kegiatan bisnis yang kompetitif.

Diperlukan campur tangan pemerintah dalam bentuk kebijakan – kebijakan yang mendukung pendistribusian buah lokal seperti : meningkatkan pendampingan pada para petani penghasil buah, memfasilitasi keterkaitan petani kecil dengan industry pengolahan buah, membatasi masuknya buah import, melakukan menyederhanakan rantai pemasaran buah lokal, dengan lebih mengefektifkan pasar lelang komoditi buah-buahan atau memperluas/memperbaiki sarana pasar induk yang telah ada, kedua memperbaiki fasilitas pasar tradisional dan meniadakan atau mencegah pungutan-pungutan kepada pengecer kecil.

Adanya tuntutan konsumen terhadap standar keamanan pangan, mutu produk, perubahan gaya hidup dan cara pandang terhadap pangan pada masyarakat, maka pelaku usaha dalam pendistribusian buah perlu penerapan dan mengembangkan jaminan mutu buah-buahan serta mempelajari manajemen kebun buah

Daftar Pustaka

Buah impor mengandung formalin. Indonesia menjadi keranjang sampah

facebook.com/notes/berita-indonesia/buah-impor-mengandung-formalin-indonesia-menjadi-keranjang-sampah/10150635577247208 diakses tgl 19 Januari 2013

Buah Impor : Hindari Aturan Pembatasan, Semarang Genjot Produksi Buah Lokal. <http://www.bisnis-kepri.com/index.php/2013/02/buah-impor-hindari-aturan-pembatasan-semarang-genjot-produksi-buah-lokal/diakses> 24 Januari 2013

China Pemasok Terbesar Jeruk Impor ke Indonesia <http://finance.detik.com/read/2012/06/18/134300/1943964/4/china-pemasok-terbesar-jeruk-impor-ke-indonesia?f771108bcj> diakses tgl 20 Januari 2013

Glueck & Jank, (1993) Manajemen Strategies Dan Kebijakan Perusahaan, Penerbit Erlangga, Jakarta ..

Indikator Ekonomi, Buletin Statistik Bulanan 2012, Badan Pusat Statistik. http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/ie_feb_2012/index3.php?pub=Indikator%20Ekonomi%20Februari%202012 diakses tgl 15 Januari 2013

Impor Pisang, Jeruk Hingga Pepaya Tembus Rp 2,6 Triliun <http://finance.detik.com/read/2012/06/18/121550/1943835/4/impor-pisang-jeruk-hingga-pepaya-tembus-rp-26-triliun?f771108bcj> diakses tgl 20 Januari 2013

Impor Dibatasi, Petani Ditantang Tingkatkan Produktifitas Buah Lokal, <http://republika.co.id/berita/ekonomi/bisnis/12/05/21/m4cqf0-impor-dibatasi-petani-ditantang-tingkatkan-produktifitas-buah-lokal> diakses tgl. 18 Januari 2013

Ini Dia 9 Buah Impor Favorit Indonesia [Index Artikel Ini](#) Klik "Next" untuk membaca artikel selanjutnya 1 dari 10 [Next »](#) <http://finance.detik.com/read/2012/08/03/095600/1982145/4/1/ini-dia-9-buah-impor->

[favorit-indonesiaif990101mainnews](#) diakses tgl 18 Januari 2012

Impor Buah Seharusnya Hanya untuk Menutup Kekurangan <http://www.media-indonesia.com/read/2012/06/05/324344/4/2/-Impor-Buah-Seharusnya-Hanya-untuk-Menutup-Kekurangan-> diakses tgl 19 Januari 2013

J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, (2003), Manajemen Strategis, Andi , Yogyakarta

Michael E. Porter, Keunggulan Bersaing, (1994), Binarupa Aksara, Jakarta Barat Indonesia..

Michael A. Hitt, R Duane Ireland & Robert E. Hoskisson, (2001) Manajemen Strategik, Daya Saing & Globalisasi buku 1 dan 2, Penerbit Salemba Empat Jakarta.

Mulyadi & Johny Setyawan, (2001), Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen, Penerbit Salemba Empat Jakarta.

Pearce, John A. & Robinson, Richard B, Jr, (2009), Manajemen Strategik, Jilid 1 & 2, Binarupa Aksara, Jakarta Barat-Indonesia.

Statistik Indonesia 2012 , Badan Pusat Statistik Republik Indonesia http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/si_2012/index3.php?pub=Statistik%20Indonesia%202012 diakses tgl 15 Pebruari 2013

Suwarsono Muhammad (2004), Manajemen Strategik Konsep dan Kasus edisi 4, UPP STIM YKPN, Yogyakarta Sentra Buah-buah <http://hortikultura.deptan.go.id/?q=node/328> diakses 20 Pebruari 2013

Sistem Kuota : Importir masih bebas impor buah dan sayuran <http://www.bisnis.com/articles/sistem-kuota-importir-masih-bebas-impor-buah-dan-sayuran> diakses tgl 23 Januari 2013

Pasar dan Perdagangan : Peluang Pasar Buah Lokal, <http://ekonomi.kompasiana.com/agrobisnis/2011/07/05/pasar-dan-perdagangan-peluang-pasar-buah-lokal-378065.html> diakses 19 Januari 2013

Patriotisme Buah Lokal,
<http://ekonomi.kompasiana.com/agrobisnis/2013/02/16/patriotisme-buah-lokal-534075.html>, diakses tgl. 25 Januari 2013

Ada WTO di Balik Penundaan Aturan
Pengetatan Impor Buah & Sayur

http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2012/06/18/101839/ada_wto_di_balik_penundaan_aturan_pengetatan_impор_buah_sayur/#.UCZ116DBGTY diakses tgl 18 Januari 2013