

POTENSI PENGEMBANGAN BAMBU TUTUL SEBAGAI KOMODITAS UNGGULAN DI MALUKU UTARA

Firlawanti Lestari Baguna^{1*}, Dodik Ridho Nurrochmat², Efi Yuliati Yovi²

¹⁾Program Studi Ilmu Pengelolaan Hutan, Sekolah Pascasarjana,
Institut Pertanian Bogor (IPB), Bogor 16680

*E-mail: firlalestari@gmail.com

²⁾Departemen Manajemen Hutan, Fakultas Kehutanan,
Institut Pertanian Bogor (IPB), Bogor 16680

RINGKASAN

Bambu tutul merupakan komoditas unggulan yang diharapkan memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan temuan yang dapat dimanfaatkan dalam upaya pengembangan bambu tutul berdasarkan kriteria analisis karakteristik usaha bambu tutul terkait potensi ketersediaan, pemanfaatan dan pemasaran. Penelitian dilaksanakan di Pulau Ternate dan Tidore, Provinsi Maluku Utara, berlangsung selama bulan Maret sampai Juni 2014. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Potensi ketersediaan bambu tutul di Maluku Utara sebesar 17.74 rumpun/ha digolongkan rendah berdasarkan P.21/Menhut-II/2009. Kondisi ini tidak selaras dengan kebutuhan untuk industri per tahun, sehingga perlu adanya budidaya dan pengolahan pascapanen yang tepat. Di sisi lain pemasaran bambu tutul cukup potensial, distribusi produk ke luar daerah memberikan peluang bagi pengusaha untuk mengembangkan usahanya.

Kata kunci: analisis finansial, bambu tutul, potensi, kelayakan usaha, rantai pasok

PERNYATAAN KUNCI

- ◆ Peluang pengembangan bambu tutul di Maluku Utara belum dimanfaatkan secara optimal.
- ◆ Belum tersedianya data dasar terkait karakteristik usaha bambu tutul khususnya mengenai potensi, pemanfaatan dan pemasaran di Maluku Utara.
- ◆ Bambu tutul secara ekonomi sangat potensial untuk dikembangkan, dilihat dari peluang

pasar yang luas dan harga jual produk yang tinggi.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

Rekomendasi pengembangan usaha bambu tutul berdasarkan kondisi karakteristik dan kelayakan usaha bambu sebagai berikut:

- ◆ Kebijakan percepatan peremajaan bambu tutul dengan teknologi budidaya yang dianjurkan,

diperlukan.

- ◆ Menyusun kebijakan untuk membantu pusat informasi harga bambu tutul di tingkat regional yang diharapkan dapat memberikan informasi perkembangan harga bambu tutul.
- ◆ Meningkatkan daya saing produk melalui perbaikan kualitas produk.
- ◆ Secara ekonomi, usaha bambu tutul membutuhkan suku bunga rendah dengan skema pembiayaan kredit usaha untuk usaha mikro
- ◆ Sektor usaha kerajinan mebel bambu tutul perlu diperkuat dengan membentuk koperasi bagi pengrajin mebel bambu tutul.
- ◆ Meningkatkan pelatihan bagi usaha kecil dalam aspek kewirausahaan, administrasi, pengetahuan serta ketrampilan dalam pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti seminar dan lokakarya, pemagangan dan kerjasama usaha, pendidikan dan pelatihan serta *on the job training*.

I. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Kehutanan Nomor 41 Tahun 1999, Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) adalah hasil hutan hayati maupun non hayati, sedangkan FRA (2010) mendefinisikan HHBK sebagai barang (*goods*) berupa benda hayati selain kayu yang berasal dari hutan atau lahan sejenis. Sesuai dengan Permenhut Nomor 35 Tahun 2007, bambu termasuk salah satu komoditas HHBK dan menjadi komoditas unggulan yang sedang dikembangkan oleh Kementerian Kehutanan. Bambu merupakan komoditas potensial setelah kayu jika pemanfaatannya dilakukan secara maksimal

(Achmad 2004).

Masyarakat Maluku Utara umumnya memanfaatkan bambu untuk upacara adat (*baramasuen*), alat musik (*yanger bitada*), kursi santai (*dego-dego*), mainan tradisional (*dodorobe*), dinding rumah, peralatan rumah tangga dan lain-lain. Kant dan Marian (2000) menjelaskan pengelolaan bambu yang berkembang di masyarakat tergantung pada bentuk penggunaan dan latar belakang kebudayaan masing-masing daerah. Seiring dengan perkembangan IPTEKS, pemanfaatan bambu mengalami perluasan. Salah satunya menjadi bahan baku aneka produk kerajinan yang bernilai estetika, selain itu bambu memiliki nilai ekonomi dan ekologi yang tinggi (Allo 2012).

Salah satu jenis bambu yang digunakan yaitu bambu tutul (*Bambusa maculata* Widjaja) yang diolah menjadi ragam bentuk kerajinan mebel. Melihat kondisi ini, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Maluku Utara mulai mengembangkan bambu sebagai salah satu komoditas ekspor unggulan. Meskipun bambu tutul dibutuhkan untuk keperluan industri, bambu tutul belum banyak dibudidayakan sehingga pemenuhan kebutuhan bambu untuk bahan baku industri mengalami kesulitan. Bambu tutul umumnya ditanam tanpa diberikan perawatan yang intensif. Secara fisiologis, kondisi bambu yang hidup tanpa perawatan intensif akan menurunkan kualitas batang sehingga batang yang tidak tahan lama, karena mengeluarkan bubuk halus yang merusak (Sutiyono 2007).

Disisi lain publikasi ilmiah mengenai bambu tutul masih sangat kurang, sedangkan potensinya cukup besar untuk dapat dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola-pola strategi pemanfaatan bambu secara lestari dengan melihat teknik pemanfaatan bambu

dari dua sektor yaitu sektor hulu dan hilir yang dikembangkan oleh masyarakat agar memiliki nilai ekonomi tinggi.

II. SITUASI TERKINI

◆ Potensi bambu tutul di Maluku Utara

Bambu termasuk salah satu komoditas HHBK unggulan yang menjadi prioritas untuk dikembangkan di daerah Ternate dan Tidore (BPDAS 2012). Bambu tutul di daerah Ternate tersebar pada Desa Marikurubu, Tongole dan Kastela. Sedangkan bambu tutul di daerah Tidore tersebar pada Desa Dowora, Jati dan Kalaodi.

Potensi ketersediaan bambu tutul di Pulau Ternate-Tidore berdasarkan hasil analisis menggambarkan ketersediaan bambu tutul di Pulau Ternate sekitar 102,00 batang/ha dan di Pulau Tidore sekitar 33,41 batang/ha dengan luas lahan 70,65 ha. Potensi batang bambu tiap rumpunnya rata-rata 45-100 batang/rumpun. Jumlah rumpun bambu tutul di Pulau Ternate sekitar 16,20 rumpun/ha dan 1,54 rumpun/ha di Pulau Tidore (Tabel 1). Kondisi ini masih

tergolong rendah dibandingkan dengan potensi bambu talang sekitar 77 rumpun/ha di Desa Pertumbuhan, Kabupaten Langkat (Prasityo 2010). Sedangkan, bambu balangke sekitar 83 rumpun/ha di Desa Timbang Lawan, Kabupaten Langkat (Alamsyah *et al.* 2012). Sesuai P.21/Menhut-II/2009 tentang kriteria dan indikator penetapan HHBK Unggulan, potensi tanaman bambu yang kurang dari 200 rumpun/ha digolongkan berpotensi rendah.

Angka-angka tersebut mengindikasikan bahwa ketersediaan bambu tutul di masing-masing lokasi belum dapat mendukung pengembangan usaha bambu tutul secara optimal dan berkelanjutan. Kondisi ini dipengaruhi oleh kondisi petani yang pada awalnya tidak mengetahui kaidah silvikultur yang benar, sehingga tidak dilakukan peremajaan kembali dan pemeliharaan secara intensif, padahal pemeliharaan bambu yang dilakukan secara intensif akan meningkatkan kualitas bambu. Sutiyono *et al.* (2013) menjelaskan bahwa pemeliharaan dalam budidaya bambu ditujukan untuk menjaga produktivitas dan kualitas batang. Potensi ketersediaan bambu tanpa diimbangi dengan budidaya intensif dan hanya

Tabel1 Potensi ketersediaan bambu tutul (*B. maculata*) berdasarkan kepemilikan rumah tangga di Pulau Ternate dan Pulau Tidore

Lokasi	Jumlah rumah tangga (KK)	Luas bambu (ha)	Σ Rumpun bambu (rumpun/ha)	Σ Batang bambu (batang/ha)
Pulau Ternate	191	57,95	16,20	102,00
Pulau Tidore	30	14,45	1,54	33,41
Jumlah	221	70,65	17,74	135,41

mengandalkan pada keadaan alam, maka akan mengurangi ketersediaan bahan baku untuk industri secara berkelanjutan. Hal ini menjadi perhatian yang perlu ditindaklanjuti.

◆ Karakteristik usaha bambu tutul di Maluku Utara

Untuk usaha bambu tutul di Maluku Utara umumnya berupa usaha kerajinan dan mebel.

Usaha ini dijalankan dalam skala industri kecil atau industri rumah tangga. Kegiatan usaha kerajinan bambu telah dikembangkan sejak lama, namun sebagai usaha subsisten. Usaha bambu tutul di Provinsi Maluku Utara terpusat pada dua lokasi yaitu Daerah Ternate dan Tidore, hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh LIPI Unsrat (2008) bahwa usaha industri kerajinan mebel bambu tutul terkonsentrasi pada kedua daerah tersebut. Usaha tersebut dilakukan secara turun temurun, hingga saat ini telah dikembangkan cukup baik dan telah dijadikan sebagai salah satu mata pencaharian pokok masyarakat selain bertani. Usaha ini dikelola sendiri oleh pendiri, pemilik sekaligus bertindak sebagai *manager* juga merangkap sebagai tenaga kerja langsung (pengrajin).

Potensi pemasaran produk kerajinan mebel bambu tutul belum dibuat pangkalan data oleh dinas kabupaten/kota terkait, sehingga sulit untuk mengetahui data pemasaran untuk Wilayah Ternate dan Tidore. Sistem penjualan kerajinan mebel bambu tutul dilakukan oleh masing-masing pengrajin yang memiliki pasar/konsumen sendiri-sendiri melalui relasi atau temannya. Daerah pemasaran produk yang dihasilkan sebagian besar dipasarkan di tempat produksi dan sebagian kecil yang memasarkan ke *outlet* dan atau toko aneka kerajinan. Usaha industri bambu tutul memproduksi jenis barang atau produk kerajinan dan mebel seperti seperangkat meja-kursi tamu,

meja-kursi teras, meja-kursi makan, tempat tidur, kursi santai, rak sepatu, lemari, bingkai foto, nampan, tas, saung dan kotak tisu. Selain itu, bambu tutul juga digunakan untuk konstruksi rumah seperti dinding rumah dan saung.

◆ Pemanfaatan dan budidaya bambu tutul

Penggunaan bambu tutul untuk keperluan bahan mebel dan kerajinan yaitu sebanyak 50-200 batang/bulan dengan frekuensi pembelian bambu untuk bahan baku berkisar antara 2 sampai 5 kali dalam setahun. Kebutuhan bambu tutul untuk pembuatan mebel dan kerajinan bambu adalah sebagai berikut.

Kebutuhan bambu tutul dalam industri kerajinan dan mebel di Pulau Ternate dan Tidore sebanyak 800 batang/bulan atau sekitar 12.800 batang dalam setahun untuk Pulau Ternate dari 7 pengrajin (pengusaha) yang memproduksi bambu tutul menjadi barang kerajinan dan mebel. Adapun kebutuhan bahan baku dari jumlah pengusaha sebanyak 5 orang untuk kegiatan produksi di Pulau Tidore sebanyak 550 batang/bulan atau sekitar 6.600 batang dalam setahun (Tabel 2).

Kondisi ini tidak sejalan dengan potensi ketersediaan bambu tutul (Tabel 1), sehingga hanya mampu sekali dalam setahun untuk dapat memenuhi kebutuhan industri. Jika hal ini dibiarkan, kebutuhan bahan baku untuk usaha industri akan habis. Oleh karena itu, perlu adanya

Tabel 2. Kebutuhan bambu tutul (*B. maculata*) dalam pemenuhan industri kerajinan mebel bambu tutul

Lokasi	Σ Perusahaan/Pengrajin (orang)	Kebutuhan bambu (batang/bulan)	kebutuhan bambu (batang/tahun)
Ternate	7	800	12.800
Tidore	5	550	6.600

peremajaan kembali untuk keberlanjutan usaha dan produksi tanaman bambu.

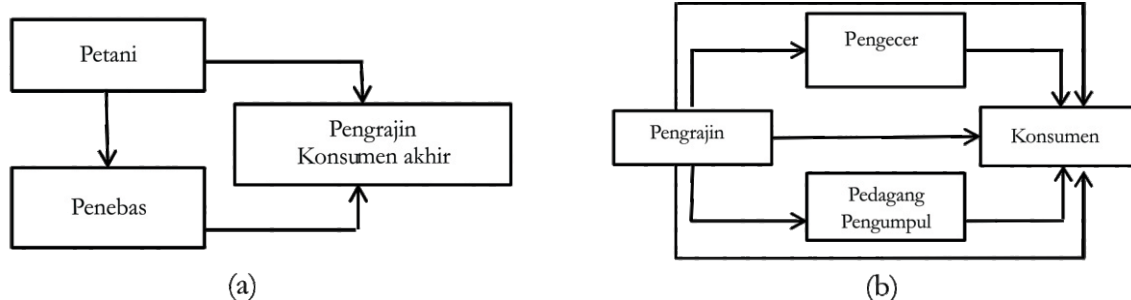
Penebangan dilakukan dengan sistem tebang pilih yaitu memilih bambu yang telah matang secara fisiologis dengan ciri-ciri daun tua menyelimuti batang bambu hingga tidak terlihat, tidak memiliki ranting dan batang adanya bercak-bercak putih pada batang. Pemanenan dilakukan pada pagi atau sore hari, pada musim kemarau menurut kepercayaan tertentu masyarakat setempat. Hal ini terkait dengan kadar air bambu, waktu panen yang tepat adalah pada musim kemarau karena pada musim penghujan mempunyai kadar air lebih tinggi dibandingkan musim kemarau. Tinggi rendahnya kadar air yang terkandung dalam bambu berpengaruh pada waktu proses pengeringan (Achmad 2004).

Pemanfaatan bambu tutul belum sepenuhnya diatur oleh pemerintah setempat dalam hal ini Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Ternate dan Kota Tidore Kepulauan, tetapi pemanfaatan bambu tutul diatur oleh peraturan adat setempat.

Peraturan adat telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat setempat yang telah diikuti secara turun temurun. Kebijakan tersebut mengenai cara memanen bambu yaitu bambu yang ditebang adalah bambu yang telah matang secara fisiologis. Rebung atau tunas bambu tutul dilarang untuk dikonsumsi, walaupun dikatakan oleh penduduk setempat rebung bambu tutul lebih enak jika dimakan daripada bambu yang lain. Larangan tersebut terkait dengan keberlanjutan tanaman bambu tutul.

◆ Pemasaran bambu tutul

Saluran pemasaran adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilik atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen (Kolter 1997). Terdapat beberapa lembaga yang terlibat dalam pemasaran mebel dan kerajinan bambu tutul di Pulau Ternate-Tidore disajikan pada Gambar 1 Distribusi pemasaran bambu tutul.



Gambar 1 Distribusi pemasaran bambu tutul. (a) saluran distribusi batang bambu bulat; (b) saluran distribusi produk kerajinan dan mebel bambu tutul.

Distribusi pemasaran bambu tutul digambarkan berdasarkan tipe produk yang dipasarkan yaitu batang bambu bulat dan produk kerajinan mebel. Bentuk distribusi bambu tutul yang banyak diminati konsumen adalah sistem penjualan tatap muka (*face to face*) yaitu bentuk pemasaran lang-

sung yang dilakukan oleh para tenaga penjual/pengrajin (Saladin 2006). Pengrajin memiliki *showroom* yang dapat didatangi langsung oleh konsumen/pemakai, jika membutuhkan barang yang diinginkan. Kondisi ini berbeda dengan penelitian Kasmaliasari (2010) tentang pemasaran

mebel kayu Jepara yaitu adanya eksportir dan *showroom* di luar daerah, sehingga order yang dilakukan cenderung berkesinambungan karena produk yang ditawarkan sampai ke luar daerah hingga ekspor.

Tingkatan harga produk bambu pada setiap lembaga pemasaran menunjukkan perbedaan harga dan *share* yang diterima petani atau lembaga pemasaran lainnya. Terdapat selisih harga antar setiap lembaga pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada tingkat pedagang antar daerah cenderung besar karena pedagang antar daerah mengeluarkan biaya untuk transportasi yang lebih besar dibandingkan pedagang lokal atau pengecer. Hal ini menunjukkan saluran pemasaran yang semakin panjang akan menyebabkan tingginya harga yang diterima oleh konsumen. Selaras dengan pernyataan Suherty *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa adanya saluran pemasaran menyebabkan tingkat margin, biaya pemasaran dan keuntungan yang berbeda di antara pelaku.

Margin pemasaran menggambarkan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, termasuk biaya pemasaran (*marketing cost*) yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga mulai dari petani sampai konsumen akhir dan keuntungan pemasaran (*net profit margin*) yang merupakan balas jasa dari pelaku tataniaga dalam menjalankan fungsi pemasaran (Agustian dan Mayrowani 2008). Tabel 3 *Share* yang diterima setiap lembaga pemasaran dan Tabel 4 Margin pemasaran jenis mebel dan kerajinan pada setiap lembaga pemasaran.

◆ Rantai pasok bambu tutul

Aktor-aktor yang berkontribusi dalam aktivitas pengembangan bambu tutul adalah petani, pengrajin dan distributor. Petani termasuk salah satu *stakeholder* yang terkait dengan nilai tambah aktivitas dalam kepemilikan lahan dan pembudidayaan hingga pada proses pemanenan. Petani berperan sebagai *supplier* atau pemasok bahan baku utama bambu tutul yang akan diolah menjadi barang jadi berupa kerajinan dan mebel.

Tabel 3 *Share* yang diterima setiap lembaga pemasaran

Kerajinan (Unit/Set)	Harga bahan baku (Rp)	<i>Share</i> (%)		
		Pengrajin-pedagang pengecer	Pedagang pengecer- konsumen	Pedagang antar daerah- konsumen
Nampan	50.000	0,50	0,80	0,67
Kotak tisu	50.000	0,50	0,80	0,67
Kursi tamu	400.000	0,23	0,88	0,70
Tempat tidur	500.000	0,23	0,88	0,73

Tabel 4 Margin pemasaran jenis mebel dan kerajinan pada setiap lembaga pemasaran

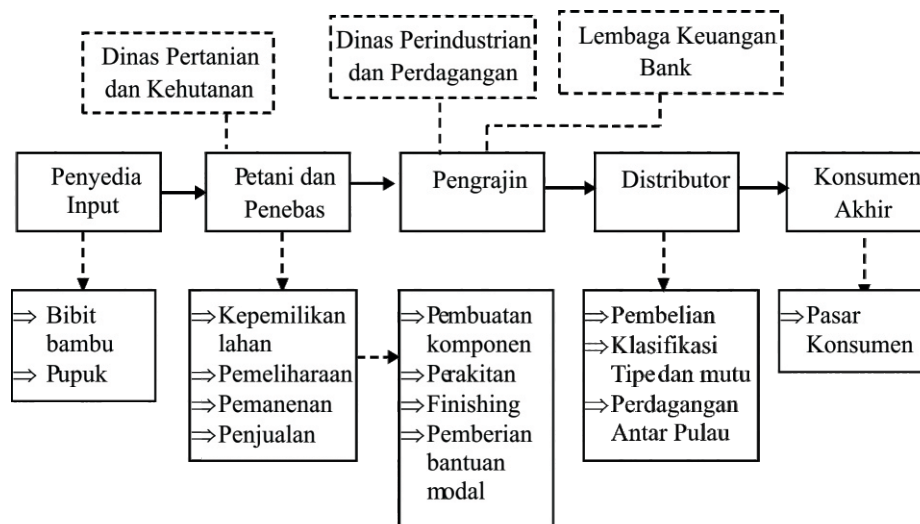
Jenis Mebel/Kerajinan (set/unit)	Harga jual produk			
	Pengrajin (Rp)	Pengecer (Rp)	Pedagang antar daerah (Rp)	Rata-rata margin pasar (Rp)
Nampan	100.000	125.000	150.000	25.000
Kotak tisu	100.000	125.000	150.000	25.000
Kursi tamu	1.750.000	2.000.000	2.500.000	375.000
Tempat tidur	2.200.000	2.500.000	3.000.000	400.000

Pengrajin merupakan aktor dalam pengembangan bambu tutul yang berperan dalam pengolahan produk kerajinan dan mebel. Sedangkan, Distributor memiliki peran sebagai penyalur produk-produk kerajinan dan mebel dari pengrajin ke konsumen/pengguna.

Aktor-aktor yang berkontribusi dalam aktivitas pengembangan bambu tutul adalah petani, pengrajin dan distributor. Petani termasuk salah satu *stakeholder* yang terkait dengan nilai tambah aktivitas dalam kepemilikan lahan dan pembudidayaan hingga pada proses pemanenan. Petani berperan sebagai *supplier* atau pemasok

bahan baku utama bambu tutul yang akan diolah menjadi barang jadi berupa kerajinan dan mebel. Pengrajin merupakan aktor dalam pengembangan bambu tutul yang berperan dalam pengolahan produk kerajinan dan mebel. Sedangkan, Distributor memiliki peran sebagai penyalur produk-produk kerajinan dan mebel dari pengrajin ke konsumen/pengguna. Gambar 2 Rantai nilai pasok bambu tutul.

Gambaran rantai pasok komoditas bambu tutul menunjukkan bahwa setiap *stakeholder* memiliki peran dan program masing-masing dalam mengembangkan bambu tutul. Keadaan



Gambar 2 Rantai nilai pasok bambu tutul

ini menunjukkan penanganan bambu tutul antar instansi belum terlihat adanya koordinasi dan keterpaduan baik dalam perencanaan dan pelaksanaan maupun dari segi evaluasi dan pelaporan hasil penelitian.

◆ **Sensitivitas kelayakan usaha**

Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui seberapa sensitif usaha kerajinan mebel bambu tutul terhadap perubahan biaya dan

harga jual produk-produk kerajinan. Kedua parameter tersebut digunakan untuk memprediksi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi, jika terjadi kenaikan dan penurunan nilai dari parameter sehingga berdampak terhadap perubahan perhitungan NPV yang baru. Sebagai landasan pengambilan asumsi perubahan variabel sebesar 10% didasarkan pada tingkat inflasi tahun 2013 sebesar 8,38%.

Hasil analisis sensitivitas menunjukkan

pada tingkat suku bunga 18%, keuntungan yang diperoleh ketika terjadi perubahan biaya dan harga sekitar 10% masing-masing sebesar 45,73% dan 49,96% (Tabel 5). Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis atau usaha bambu tutul sangat peka atau sensitif terhadap kedua perubahan tersebut. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi pendapatan dari volume penjualan industri bambu tutul. Hal ini menggambarkan bahwa harga mempengaruhi hasil penerimaan penjualan. Harga berperan penting untuk meningkatkan

penjualan dan keuntungan perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan posisi usaha di pasar, yang tercermin dalam *share* (Assauri 1987). Sedangkan, biaya merupakan pengeluaran yang dilakukan dalam proses produksi usaha bambu tutul. Kenaikan biaya usaha bambu tutul berimplikasi terhadap kelangsungan hidup usaha kecil bambu tutul, karena naiknya harga bahan-bahan dalam industri mempengaruhi tingginya harga pokok dan akhirnya harga jual menjadi tinggi.

Tabel 5 Sensitivitas kelayakan usaha

Uraian	Normal	Biaya Naik 10%	Harga Turun 10%
NPV, $i=18\%$ (Rp)	67.694.351	36.740.677	33.872.657
Sensitivitas (%)	0	45,73	49,96

REFERENSI

- Achmad, B. 2004. Rekalkulasi Pengusahaan Bambu Rakyat di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal al-Basia*, 1(2) 2004:pp 25-36.
- Agustian, A., Mayrowani, H. 2008. Pola distribusi Komoditas Kentang di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1) 2008:pp 96-106.
- Alamsyah, R., Affandi, O., Batubara, R. 2012. Potency Analysis of Stock and Marketing Bamboo Balangke (*Gigantochioa pruriens*. Widjaja) at The Bamboo People Forest in Timbang Lawan Village, Bahorok Sub District, Langkat Distric in The incepnse Industry. Article. Universitas Sumatera Utara. <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/PFSJ/article/download/4534/2035> [16 Jan 2015].
- Allo, M.K. 2012. Potency and Utilization of Bamboo in Order to Increasing Revenues Community in South Sulawesi. Dalam *Proceeding International Seminar Strategies and Challenges on Bamboo and Potential Non Timber Forest Product (NFTPs) Management and Utilization* (hlm. 207-213), 23-24 November. CFPIRD: Bogor.
- Assauri, S. 2001. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Akemalamo. 2012. Laporan Akhir Fasilitas Penetapan Jenis HHBK Unggulan Provinsi Maluku Utara.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Maluku Utara. 2012. Identifikasi Potensi Ekspor Provinsi Maluku Utara.
- Kant, S., Marian, C. 2000. Bamboo Sector Reforms and The Local Economy of Linan Country, Chejiang Province, People's Republic of China. *Journal of Forest Policy and Economics*, 1 (1) 2000 : pp. 283-299.

- Kasmaliasari, S. 2010. Pemasaran Mebel Kayu Jati Jepara. Tesis. Program Studi Ilmu Pengelolaan Hutan. Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Kolter, P. 1997. Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. PT Prenhallindo: Jakarta.
- Prasityo, S. 2010. Identifikasi Potensi dan Pemasaran Produk dari Hutan Rakyat Bambu (Studi Kasus Desa Pertumbuhan, Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat). Skripsi. Program Studi Manajemen Hutan Departemen Kehutanan Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Peraturan Menteri Kehutanan No.P.21/Menhut-II/2009 tentang Kriteria dan Indikator Penetapan Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu Unggulan.
- Saladin, D. 2006. Manajemen Pemasaran. Linda Karya: Bandung.
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. 2003. Ilmu Mikroekonomi. PT Media Global Edukasi: Jakarta.
- Suherty, L., Fanani, Z., Muhaimin, A.W. 2009. The Efficiency Analysis of Oranges Marketing (The Case Study in Karang Dukuh Village, Belawang District, Barito Kuala, South Kalimantan). Jurnal Agritek, 17(6) 2009:pp 49-66.
- Sutiyono. 2007. The Effect of Spacing to the Growth of Three Years Bamboo Tutul (*Bambusa Maculata* Widjaja) after Planting. Jurnal Info Hutan 4(5) 2000:pp 419-521.
- Sutiyono, Mile, Y., Wardani, M. 2013. Pengaruh Teknik Perbaikan Tegakan Rumpun Terhadap Peningkatan Produktivitas Batang Bambu Tali (*Gigantochloa apus* Kurz). Seminar nasional VII: Biologi, Sains, Lingkungan dan Pembelajarannya Menuju Pembangunan Karakter, pp 43-50. <http://eprints.uns.ac.id/1232.html> [15 Jan 2014]
- Widjaja, E.A. 2001. Identifikasi Jenis-Jenis Bambu di Jawa. Pusat Penelitian dan Pengembangan Biologi: Bogor.